

BAB V

KESIMPULAN

Bab ini merupakan uraian dari kesimpulan yang telah didapat dari penelitian yang telah dilakukan dan rekomendasi untuk berbagai pihak serta untuk peneliti selanjutnya

I. Kesimpulan

Penelitian ini telah diinterpretasikan dan dianalisis maka dalam bab ini penulis dapat menarik kesimpulan yang menjadi inti dari penelitian yang telah dilakukan yaitu sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh kepercayaan konsumen (X) terhadap minat beli ulang (Y) pada mahasiswa pengguna e-commerce di Jabodetabek
2. Gambaran kepercayaan konsumen pada mahasiswa pengguna e-commerce di Jabodetabek berada pada kategori tinggi
3. Gambaran minat beli ulang pada mahasiswa pengguna e-commerce di Jabodetabek berada pada kategori tinggi

II. Saran

Setelah melakukan penelitian, maka peneliti akan memberikan saran yang berkaitan dengan penelitian yang telah dilakukan untuk dijadikan masukan maupun bahan pertimbangan yang berguna bagi pihak terkait:

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah atau menggunakan variabel bebas yang berbeda sehingga dapat lebih mengembangkan variabel lainnya serta memilih subjek penelitian dengan karakteristik responden yang berbeda.

2. Bagi Perusahaan e-commerce

Dalam penelitian ini ditemukan bahwa terdapat pengaruh positif kepercayaan merek terhadap minat beli ulang. Oleh karena

itu, pihak e-commerce juga perlu untuk terus meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap web e-commerce dengan meningkatkan kualitas produk, pelayanan, dan meminimalkan risiko-risiko yang mungkin merugikan konsumen. Saran yang dapat dilakukan adalah mewajibkan penjual online memberikan informasi secara lebih detail mengenai produk yang dijual dan mempercepat pengiriman produk yang dipesan konsumen, menjaga kerahasiaan identitas pembeli, memberikan garansi bahwa produk akan sampai dalam kondisi baik dan meningkatkan system secara keseluruhan agar menjadi lebih efisien dan makin dipercaya.