

IV. PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan pada penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat implikasi yang signifikan antara kepercayaan dengan minat beli toko *online*. Semakin besar kepercayaan konsumen kepada toko *online* akan membuat toko *online* pelaku bisnis semakin banyak di kunjungi dan membeli produk yang di tawarkan. Dan sebaliknya, jika kepercayaan konsumen rendah pada toko online dan pelayanan minim, maka konsumen tidak akan tertarik untuk membeli produk *online* yang di tawarkan.
2. Terdapat implikasi yang signifikan antara kualitas *website* dengan minat beli toko *online*. Semakin tinggi tingkat kualitas *website* terhadap suatu toko *online*, maka konsumen akan semakin puas akan pelayanan toko *online* dan minat beli konsumen online akan semakin tinggi.
3. Terdapat implikasi yang signifikan antara konten informasi dengan minat beli pada toko *online*. Semakin sering seorang konsumen merasakan konten informasi dalam *website* yang yang *up to date* dari suatu toko online dan konten itu bermanfaat, hal itu akan membuat konsumen akan semakin loyal terhadap toko *online*.

4. Terdapat implikasi yang signifikan antara kemudahan transaksi dengan minat beli toko *online*. Semakin mudah transaksi *online* pada suatu toko *online*, akan membuat konsumen tak perlu waktu yang cukup lama untuk menentukan keputusan membeli produk pada toko *online*. Namun, jika tingkat transaksi pada toko online yang rumit hal itu akan membuat konsumen cenderung membatalkan transaksi yang akan di lakukan pasca pembelian pada toko *online*.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi para pelaku bisnis online sebaiknya bisa lebih memperhatikan sistem vendor pendukung bisnis online yang di kelola seperti desain, konten, website, harga, produk dan fasilitas-fasilitas lainya yang ditawarkan pada toko online. Tidak lupa juga pelaku bisnis online bisa memberikan keringanan kepada para konsumen dengan memberikan hadiah bonus atau potongan harga kepada para konsumen yang membeli. Selain itu, para produsen juga harus terus berinovasi serta meningkatkan kualitas dan juga meningkatkan kualitas pelayanan pasca pembelian agar konsumen merasa puas dan berminat membeli produk. Dalam bisnis online mempelajari perilaku konsumen online sangatlah penting karena perilaku konsumen online cukup sulit untuk menanamkan rasa kepercayaan karena tak saling bertatap muka dan berbeda daerah sangat rentan jika terjadi penipuan pada bisnis online, hal paling penting adalah mengambil kepercayaan konsumen terhadap produk kita.

2. Bagi penelitian yang akan datang sebaiknya menggunakan metode *probability sampling* sehingga setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk dijadikan sampel, dalam penelitian ini, penulis hanya mengumpulkan data dari konsumen *online*. Penelitian yang akan datang sebaiknya juga mengumpulkan data dari konsumen *offline* juga yang mana konsumen *offline* kesempatan yang sama dalam melengkapi data yang dikumpulkan. Peneliti selanjutnya dapat menambahkan atau menggunakan variabel lain yang terdapat pada buku *E-business* Tjiptono. Diana 2007 pada model perilaku konsumen *online* tentang karakteristik pribadi, karakteristik lingkungan, keputusan pembelian, sistem vendor, dan stimulus semua variabel tersebut dapat diteliti untuk mengembangkan strategi penjualan pada toko *online* dan menambah khasana teori dalam ilmu pemasaran.

5.3 Keterbatasan

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang mungkin mempengaruhi hasil penelitian yang ingin dicapai, antara lain:

1. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini hanya berasal dari konsumen *online* sehingga penyebaran kuisisioner melalui google form belum begitu efektif dalam pengumpulan data, konsumen cenderung mengabaikan kuisisioner yang kita bagikan dan waktu yang cukup lama dalam menunggu hasil dari pengisian kuisisioner yang dilakukan pengunjung website toko *online*.