

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan penjelasan dari bab sebelumnya, serta pembahasan yang disertai dengan teori dan konsep yang mendukung mengenai penelitian ini yang berjudul pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan *Online* dan *Electronic Word of Mouth* terhadap keputusan pembelian pada Tokopedia di Jakarta Selatan. Maka didapat kesimpulan sebagai berikut :

1. Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Tokopedia di Jakarta Selatan. Artinya ketika semakin mudah pelanggan dalam menggunakan atau mengakses situs Tokopedia, maka keputusan pembelian konsumen pada situs jual beli Tokopedia meningkat.
2. Kepercayaan *Online* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Tokopedia di Jakarta Selatan. Artinya ketika Tokopedia semakin mampu mendapatkan kepercayaan dari pelanggan, maka keputusan pembelian pelanggan pada situs jual beli Tokopedia meningkat.
3. *Electronic Word of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Tokopedia di Jakarta Selatan. Artinya ketika *Electronic Word of Mouth* dengan ulasan positif semakin tinggi maka keputusan pembelian konsumen pada situs jual beli Tokopedia meningkat.

B. Saran

Berdasarkan analisis yang dilakukan dalam penelitian serta hasil kesimpulan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka peneliti mencoba menyampaikan beberapa saran yang sekiranya dapat bermanfaat dan dapat dijadikan sebagai bahan masukan bagi perusahaan dan peneliti selanjutnya, diantaranya sebagai berikut :

1. Kemudahan Penggunaan yang sudah dilakukan oleh Tokopedia sudah baik karena berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Namun Tokopedia harus fokus terhadap kemudahan dalam pembelian yakni memberikan kemudahan dalam akses pemilihan barang sehingga diharapkan dapat lebih memberikan kontribusi pada peningkatan Keputusan Pembelian.

2. Kepercayaan *Online* yang sudah dilakukan oleh Tokopedia sudah baik karena berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Namun Tokopedia harus fokus terhadap kompetensi yakni memiliki keandalan dibandingkan dengan *marketplace* lainnya sehingga diharapkan dapat lebih memberikan kontribusi pada peningkatan Keputusan Pembelian.

3. *Electronic Word of Mouth* sudah dilakukan oleh Tokopedia sudah baik karena berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Namun Tokopedia harus fokus terhadap *content* yakni memberikan informasi atas kualitas sehingga diharapkan dapat lebih memberikan kontribusi pada peningkatan Keputusan Pembelian.

