

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan di atas, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Kepercayaan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pengguna Shopee di Kota Semarang. Hal tersebut mampu mendukung teori milik McKnight *et al.*, 2002 dalam Azizah (2016) serta mampu menunjukkan konsistensi hasil penelitian yang dilakukan oleh Zharfaningrum *et al.* (2020), dan I. K. Rachmawati *et al.* (2019).
2. Kemudahan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pengguna Shopee di Kota Semarang. Hal tersebut mampu mendukung teori milik Davis, 1989 dan Noviarni, 2014 dalam Stefani & Cilvanus (2020). Selain itu, penelitian ini mampu menunjukkan konsistensi hasil penelitian yang dilakukan oleh Zharfaningrum *et al.* (2020), I. K. Rachmawati *et al.* (2019), Ayuningtiyas & Gunawan (2018), serta Wardoyo & Andini (2017).
3. Kualitas informasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pengguna Shopee di Kota Semarang. Hal tersebut mampu mendukung teori Jogyanto, 2007 dalam Karya & Saputri (2020). Selain itu, penelitian ini mampu menunjukkan konsistensi hasil penelitian yang dilakukan oleh Zharfaningrum *et al.* (2020), I. K. Rachmawati *et al.* (2019), Ayuningtiyas & Gunawan (2018), serta Wardoyo & Andini (2017).

4. Persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pengguna Shopee di Kota Semarang. Hal tersebut tidak mampu mendukung teori yang dikemukakan oleh Mulyadi Nitisusastro, 2012 dalam Rahmadi & Malik (2016). Meskipun demikian, hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Zulfa & Hidayati (2018) serta Rahmadi & Malik (2016), namun tidak konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Haryani (2019).

5.2 Saran

Setelah melalui tahapan analisis penelitian, saran yang dapat diberikan antara lain:

1. Penambahan variasi situs belanja *online* dapat dilakukan dalam penelitian selanjutnya, mengingat penelitian ini hanya terbatas pada satu situs saja yaitu Shopee. Dengan demikian, diharapkan hasil penelitian dapat diterapkan dan menjadi gambaran bagi berbagai situs belanja *online* yang lain.
2. Jangkauan dari subjek yang diteliti dapat lebih diperluas, mengingat penelitian ini hanya terbatas di wilayah Kota Semarang dengan jumlah 150 responden. Hal tersebut bertujuan agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan dalam lingkup yang lebih luas serta mendapatkan hasil yang lebih akurat.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah atau menyempurnakan kriteria responden yang dibutuhkan dalam pengisian kuesioner, misalnya penambahan keterangan responden pernah melakukan pembelian melalui Shopee minimal 2 kali. Dengan demikian, responden terpilih pada penelitian yang akan datang diharapkan dapat lebih tepat sasaran.

4. Kuesioner persepsi risiko diharapkan dapat diubah atau disempurnakan pada penelitian selanjutnya, sehingga hasil penelitian yang akan datang diharapkan dapat mengimplementasikan variabel persepsi risiko secara lebih baik dari penelitian ini.

