

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian pada E-commerce Tokopedia”, serta berdasarkan data yang dikumpulkan dan pengujian menggunakan SPSS, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh Tokopedia, maka semakin tinggi pula keputusan pembelian konsumen terhadap produk yang dijual pada e-commerce Tokopedia.
2. Kepercayaan Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Semakin tinggi tingkat kepercayaan konsumen terhadap Tokopedia, maka semakin besar kecenderungan konsumen untuk melakukan keputusan pembelian pada produk yang ditawarkan..

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan nilai R Square sebesar 61,0%, menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Konsumen telah mampu menjelaskan sebagian besar variasi Keputusan Pembelian. Namun demikian, masih terdapat 39,0% variasi Keputusan Pembelian yang dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain, seperti harga, promosi, citra merek, persepsi risiko, maupun kemudahan penggunaan aplikasi, guna memperoleh hasil penelitian yang lebih komprehensif.

2. Bagi Pihak Tokopedia

Tokopedia diharapkan dapat mempertahankan dan terus meningkatkan kualitas pelayanan, baik dari segi kecepatan layanan, kemudahan transaksi, maupun responsivitas terhadap keluhan konsumen. Selain itu, Tokopedia juga perlu terus membangun dan menjaga kepercayaan konsumen melalui keamanan transaksi, transparansi informasi, serta komunikasi yang baik, sehingga dapat mendorong peningkatan keputusan pembelian konsumen secara berkelanjutan.

3. Bagi Konsumen

Konsumen diharapkan dapat memanfaatkan fitur dan layanan yang disediakan oleh Tokopedia secara optimal, serta lebih selektif dalam mempertimbangkan kualitas pelayanan dan tingkat kepercayaan sebelum melakukan keputusan pembelian.

C. Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari bahwa dalam pelaksanaan penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan yang dapat memengaruhi proses dan hasil penelitian. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya menggunakan dua variabel independen, yaitu Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Konsumen, sehingga belum sepenuhnya menggambarkan seluruh faktor yang dapat memengaruhi Keputusan Pembelian pada e-commerce Tokopedia.
2. Data penelitian diperoleh melalui kuesioner, sehingga hasil yang diperoleh sangat bergantung pada kejujuran dan pemahaman responden dalam menjawab setiap pernyataan yang diajukan oleh peneliti.
3. Objek penelitian difokuskan pada pengguna e-commerce Tokopedia, sehingga hasil penelitian ini belum dapat digeneralisasikan secara luas pada platform e-commerce lain dengan karakteristik pengguna yang berbeda.
4. Penelitian ini dilakukan dalam jangka waktu yang terbatas, sehingga tidak dapat mengamati perubahan perilaku konsumen secara dinamis dalam periode waktu yang lebih panjang.