

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dari rumusan masalah dan tujuan penelitian yang menyelidiki pengaruh kepercayaan, kualitas informasi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian di toko *online* Bakat Sehat Official di Tokopedia, didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Kepercayaan, kualitas informasi dan keputusan pembelian di toko *online* Bakat Sehat Official di Tokopedia secara termasuk dalam kategori ‘Baik’, namun kualitas produk berada pada kategori ‘Cukup’, dapat dilihat bahwa beberapa aspek seperti kualitas produk khususnya dimensi keberagaman produk harus dilakukan perbaikan untuk semakin meningkatkan keputusan pembelian konsumen di toko Bakat Sehat Official.
2. Kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen toko Bakat Sehat Official, berdasarkan pengujian dan analisa statistik menunjukkan bahwa meningkatnya variabel kepercayaan dari konsumen, maka keputusan pembelian juga akan meningkat.
3. Kualitas informasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen toko Bakat Sehat Official, berdasarkan pengujian dan analisa statistik menunjukkan bahwa meningkatnya variabel kualitas informasi, maka keputusan pembelian juga akan meningkat.

4. Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen toko Bakat Sehat Official, berdasarkan pengujian dan analisa statistik menunjukkan bahwa meningkatnya kualitas produk dari konsumen, maka keputusan pembelian juga akan meningkat.
5. Kepercayaan, kualitas informasi dan kualitas produk berpengaruh dan terhadap keputusan pembelian di toko Bakat Sehat Official, dengan semakin meningkatnya kepercayaan, kualitas informasi dan kualitas produk, maka keputusan pembelian konsumen juga akan meningkat.

5.2 Saran

Saran untuk toko Bakat Sehat Online sebagai toko berbasis *online* untuk meningkatkan pelayanannya pada aspek kepercayaan, kualitas informasi dan kualitas produk. Seperti telah dipaparkan pada penelitian ini bahwa ketiga faktor tersebut berpengaruh pada keputusan pembelian konsumen. Berikut saran berdasarkan pada kesimpulan dari penelitian ini:

1. Toko Bakat Sehat Official diharapkan meningkatkan kualitas pelayanan utamanya pada kualitas produk dikarenakan variabel ini memiliki pengaruh terbesar dibanding dua variabel lainnya terhadap keputusan pembelian di toko Bakat Sehat Official. Penting untuk memberikan informasi yang jelas dan mendetail mengenai setiap produk. Selain menambah keberagaman dari produk yang ditawarkan, toko Bakat Sehat juga dapat menyertakan deskripsi produk yang komprehensif, mencakup manfaat, bahan, dan cara penggunaan. Gambar produk yang deskriptif juga dapat membantu konsumen lebih memahami kualitas barang yang ditawarkan.

2. Toko Bakat Sehat Official diharapkan meningkatkan kualitas informasi dengan memberi deskripsi produk yang lebih komprehensif, jelas dalam penyampaian dan mudah ditemukan oleh konsumen. Sehingga informasi yang baik dapat digunakan oleh konsumen untuk meningkatkan tingkat keputusan pembelian mereka.
3. Toko Bakat Sehat Official diharapkan meningkatkan kualitas produk yang mencakup penambahan varian/keberagaman dari produk yang dijual, konsumen terlihat sangat dipengaruhi oleh keberagaman produk pada toko, oleh karena itu peningkatan aspek ini diharapkan mampu menaikkan tingkat keputusan pembelian konsumen toko Bakat Sehat Official.
4. Toko Bakat Sehat Official diharapkan mampu meningkatkan kepercayaan konsumen, kualitas informasi, dan kualitas produk, ketiganya saling berkaitan dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Komunikasi yang baik saat proses transaksi akan sangat meningkatkan ketiga aspek tersebut, ketika konsumen mempercayai toko atau merek, mereka lebih cenderung merasa nyaman dan aman dalam membeli produk. Kepercayaan ini dapat dibangun melalui reputasi yang baik, pengalaman positif, dan layanan pelanggan yang responsif. Dengan adanya kepercayaan, konsumen akan lebih mudah memutuskan untuk membeli, karena mereka yakin bahwa produk yang ditawarkan sesuai dengan klaim dan kualitasnya.

Saran untuk penelitian selanjutnya ialah untuk memperluas cakupan penelitian tentang aspek kepercayaan, kualitas informasi, kualitas produk serta

keputusan pembelian bukan hanya pada satu toko namun pada tingkat *e-commerce* itu sendiri misalnya di lingkup Tokopedia secara keseluruhan.