

BAB V

KESIMPULAN dan SARAN

1.1. Kesimpulan

Berdasarkan uraian hasil penelitian pada bab sebelumnya maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Minat pembelian konsumen dilihat dari kualitas website, persepsi kepercayaan, kualitas produk, harga dan variasi produk pada situs belanja online blibli.com dalam kategori sedang.
2. Kualitas website berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian secara online pada situs belanja online blibli.com
3. Persepsi kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian secara online pada situs belanja online blibli.com
4. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian secara online pada situs belanja online blibli.com
5. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian secara online pada situs belanja online blibli.com
6. Variasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian secara online pada situs belanja online blibli.com
7. Kualitas website, persepsi kepercayaan, kualitas produk, harga, dan variasi produk berpengaruh secara simultan terhadap minat pembelian secara online pada situs belanja online blibli.com.

1.2. Saran untuk Perusahaan

Saran yang dapat diberikan sebagai alternatif dari penelitian ini di masa mendatang adalah sebagai berikut :

1. Hasil penelitian tentang kualitas website berpengaruh terhadap minat beli sehingga disarankan dalam rangka meningkatkan minat beli konsumen yakni dapat meningkatkan kualitas website pada desain website yang lebih kreatif dan tidak membosankan dikarenakan penilaian konsumen yang paling rendah pada desain website yang membosankan dan kurang kreatif.
2. Variabel persepsi kepercayaan berpengaruh pada minat beli sehingga disarankan untuk membenahi pada promo yang ditawarkan oleh pihak blibli.com agar sesuai dengan promo yang ditawarkan
3. Hasil penelitian pada kualitas produk yang memiliki pengaruh pada minat beli disarankan untuk lebih cepat dalam penanganan komplain pelanggan dan lebih cepat dalam penanganan masalah transaksi yang bermasalah.
4. Hasil penelitian pada harga memiliki pengaruh pada minat beli disarankan untuk penyedia layanan menyaring harga yang ditawarkan oleh penjual dalam blibli.com yang tidak sesuai dengan harga normal agar tidak terjadi perbedaan harga yang tinggi sehingga akan tercipta pasar yang konsumtif dan tidak ada perang harga antar penjual.
5. Hasil penelitian pada variasi produk memiliki pengaruh pada minat beli disarankan untuk menambah variasi produk pada kategori produk yang lebih spesifik misalnya pada hobi ditambah kategori bisa ditambah kategori tanaman hias, perlengkapan berkebun dan lainnya.

1.3. Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan maka keterbatasan penelitian dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel penelitian hanya sebatas pada tiga variabel independen yaitu kualitas website, persepsi kepercayaan, kualitas produk dan variabel dependen yaitu minat pembelian.
2. Pengumpulan data dalam penelitian ini hanya menggunakan kuesioner yang dilakukan secara *online* sehingga hasil penelitian hanya sebatas pada data yang diambil yang merupakan persepsi dari jawaban responden terhadap variabel yang diteliti.

1.4. Penelitian Lanjutan

Peneliti yang hendak meneliti mengenai faktor yang mempengaruhi minat beli, dapat menambah variabel lain yang berhubungan dengan minat beli pada toko online misalnya variabel kualitas layanan, dan kepuasan pelanggan sehingga dapat lebih menggambarkan pada minat pembelian responden selain itu juga dapat menambah objek kajian lain misalnya membandingkan dua toko *online*.

