

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Kualitas Informasi Dan Kepercayaan Serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Pelanggan Tokopedia Di Kota Bandung, penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan tanggapan responden mengenai Kualitas Informasi Secara Online Pada Pelanggan Tokopedia Di Kota Bandung secara keseluruhan tergolong baik. Artinya para konsumen Tokopedia di Kota Bandung merasakan Kualitas Informasi yang positif terhadap Keputusan Pembelian. Persentase tertinggi terdapat pada indikator kemudahan pemahaman informasi sedangkan persentase terendah terdapat pada indikator Kemutakhiran informasi dengan persentase yang sama
2. Berdasarkan tanggapan responden mengenai Kepercayaan Pada Pelanggan Tokopedia Di Kota Bandung secara keseluruhan tergolong baik. Artinya para konsumen Tokopedia di Kota Bandung merasakan kepercayaan yang positif terhadap Keputusan Pembelian. Persentase tertinggi terdapat pada indikator Keandalan sedangkan persentase terendah terdapat pada indikator Kepedulian.

3. Berdasarkan tanggapan responden mengenai Keputusan Pembelian Secara Online Pada Pelanggan Tokopedia Di Kota Bandung secara keseluruhan tergolong baik. Artinya para konsumen Tokopedia di Kota Bandung memiliki keputusan dalam pembelian produk Di Tokopedia. Persentase tertinggi terdapat pada indikator Membeli karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan. sedangkan persentase terendah terdapat pada indikator Rekomendasi dari orang lain.
4. Hasil analisis dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh *Information Quality* (X1) dan *Trust* (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) adalah :
  - Dari hasil pengujian parsial dapat disimpulkan bahwa variabel *Information Quality* (X1) memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y)
  - Dari hasil pengujian parsial dapat disimpulkan bahwa variabel *Trust* (X2) memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y)
- a. Dari hasil pengujian simultan yang dilakukan penulis membuktikan adanya pengaruh yang signifikan dan hubungan yang sedang antara variabel *Information Quality* dan *Trust* terhadap Keputusan Pembelian, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain seperti pada jurnal *The Effect of Price, Ease of Transaction, Safety*. pada penelitian Rizqi Maulana I Akbar, dkk pada tahun 2020. Dan faktor yang tidak diamati dalam penelitian ini

## 5.2 Saran

Ada beberapa saran yang perlu dipertimbangkan dalam penelitian tentang *Information Quality* Dan *Trust* Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Pelanggan Tokopedia Di Kota Bandung, yaitu sebagai berikut:

1. Berdasarkan tanggapan responden mengenai Kualitas informasi Pelanggan Tokopedia di Kota Bandung, disarankan untuk lebih meningkatkan Kualitas informasi yang bernilai seperti kejelasan jenis produk dan jenis bahan apa yang digunakan agar konsumen lebih percaya dan merasakan manfaat dari informasi yang diberikan. Agar masyarakat dapat dengan mudah mencari dan memahami informasi dengan baik, serta peningkatan konsistensi dalam memberikan produk yang baik Di tokopedia.
2. Berdasarkan tanggapan responden mengenai Kepercayaan Pelanggan Tokopedia di Kota Bandung, disarankan untuk meningkatkan Kepedulian dan Kredibilitas agar Pelanggan dapat lebih mempercayai Tokopedia sebagai Online shop terbaik dan membuat kesan yang baik bagi para konsumen atau calon konsumen.
3. Berdasarkan tanggapan responden mengenai Keputusan Pembelian Pelanggan Tokopedia di Kota Bandung, disarankan untuk lebih memperhatikan produk yang direkomendasikan Oleh Tokopedia agar lebih teliti lagi terhadap pelapak maupun produk yang akan dipilih apakah sudah sesuai dengan ketentuan pembelian online dan agar yakin untuk melakukan Keputusan Pembelian.

Untuk peneliti selanjutnya, disarankan agar lebih baik dalam meneliti *Information Quality* dan *Trust* terhadap Keputusan Pembelian, sehingga penelitian variabel-variabel ini akan lebih sempurna.