

BAB V

PENUTUP

1. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil berdasarkan kajian teoretik dan deskripsi hasil penelitian yang telah diuraikan mengenai “Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian di *E-Commerce* Shopee pada Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta”, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan kualitas layanan elektronik terhadap keputusan pembelian di *e-commerce* Shopee pada mahasiswa Universitas Negeri Jakarta yaitu 26,6% sedangkan sisanya 73,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Dan signifikan kepercayaan terhadap keputusan pembelian di *e-commerce* Shopee pada mahasiswa Universitas Negeri Jakarta yaitu 29,9% sedangkan sisanya 70,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

1) **Kualitas Layanan Elektronik terhadap Keputusan Pembelian**

Terdapat pengaruh yang positif antara kualitas layanan elektronik terhadap keputusan pembelian di *e-commerce* Shopee pada mahasiswa Universitas Negeri Jakarta. Keputusan pembelian ditentukan oleh kualitas layanan elektronik sebesar 26,6% dan sisanya 73,4% ditentukan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti.

Persamaan regresi $\hat{Y} = 46,284 + 0,584 X_1$. Koefisien X_1 bernilai positif artinya terdapat pengaruh antara kualitas layanan elektronik terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut menjelaskan bahwa semakin terjaminnya kualitas layanan elektronik, maka semakin meningkat pula keputusan pembelian.

2) Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian

Terdapat pengaruh yang positif antara kepercayaan terhadap keputusan pembelian *e-commerce* Shopee pada mahasiswa Universitas Negeri Jakarta. Keputusan pembelian ditentukan oleh kepercayaan sebesar 29,9% dan sisanya 70,1% ditentukan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti. Persamaan regresi $40,023 + 0,746 X_2$. Koefisien X_2 bernilai positif artinya terdapat pengaruh antara kepercayaan terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut menjelaskan bahwa semakin baik tingkat kepercayaan yang ditawarkan, maka semakin meningkat pula keputusan pembelian.

2. Implikasi

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan, hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan elektronik dan kepercayaan adalah salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Kualitas layanan elektronik dan kepercayaan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan.

Berdasarkan hasil rata-rata hitung skor masing-masing indikator dari variabel keputusan pembelian terlihat bahwa indikator yang memiliki skor tertinggi adalah indikator sikap, yaitu sebesar 13,78%. Selanjutnya, indikator menilai dari beberapa alternatif yang ada dengan sub indikator memilih diantara dua atau lebih produk alternatif sebesar 13,14%. Indikator sumber pengalaman dengan sub indikator pernah menggunakan sebesar 12,3%. Indikator komersial dengan sub indikator iklan sebesar 12,88%. Indikator rangsangan eksternal dengan sub indikator pengaruh orang lain sebesar 12,76%. Indikator sumber pribadi dengan sub indikator keluarga sebesar 12,283%. Indikator rangsangan internal dengan sub indikator diri sendiri sebesar 12,271%. Dan yang terakhir indikator sumber pribadi dengan sub indikator teman sebesar 10,59%. Berdasarkan hasil

rata-rata hitung skor masing-masing indikator dari variabel kualitas layanan elektronik terlihat bahwa indikator yang memiliki skor tertinggi terdapat pada dimensi privasi dengan indikator melindungi informasi pelanggan, yaitu sebesar 15,10%. Selanjutnya, indikator kemudahan mengakses situs sebesar 14,86%. Kemudian, indikator ketepatan pengiriman pesanan sebesar 14,74%. Indikator ketersediaan barang terpenuhi sebesar 14,67%. Indikator fungsionalitas teknis situs sebesar 14,42%. Indikator kemudahan dalam menggunakan situs sebesar 13,25%. Dan yang terakhir indikator jaminan keamanan pada situs sebesar 12,96%. Berdasarkan hasil rata-rata hitung skor masing-masing indikator dari variabel kepercayaan terlihat bahwa indikator yang memiliki skor tertinggi adalah dimensi integritas dengan indikator yaitu moral dengan persentase 33,87%. Selanjutnya, dimensi niat baik dengan indikator yaitu perusahaan memiliki orientasi positif dengan persentase 33,85%. Dan yang terakhir adalah dimensi kemampuan dengan indikator perusahaan dapat memberikan apa yang diharapkan dengan persentase sebesar 32,28%.

Implikasi dari penelitian ini adalah, perusahaan Shopee diharapkan dapat meningkatkan kualitas layanan elektronik dan kepercayaan agar semakin meningkatkan keputusan pembelian. Perusahaan dapat melakukan perhatian-perhatian khusus kepada indikator yang memiliki presentase rendah dan melakukan perbaikan untuk menilai beberapa alternatif yang ada.

3. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah diusahakan dan dilaksanakan sesuai dengan prosedur ilmiah, namun demikian masih memiliki keterbatasan yaitu:

1. Jumlah responden hanya 130 orang, tentunya masih kurang untuk menggambarkan keadaan yang sesungguhnya.
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian di *e-commerce* Shopee dalam penelitian ini hanya terdiri dari dua variabel, yaitu

kualitas layanan elektronik dan kepercayaan. Sedangkan masih banyak faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

3. Faktor lain yang menjadi keterbatasan dalam penelitian ini adalah populasi pada penelitian ini mencakup mahasiswa Universitas Negeri Jakarta. Hal ini karena adanya faktor keterjangkauan dan keterbatasan waktu bagi peneliti.
4. Keterbatasan selanjutnya adalah metode penelitian dan teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah metode survei dan teknik analisis data regresi linier berganda.

4. Rekomendasi Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan, maka rekomendasi penelitian ini ditunjukkan kepada pihak-pihak yang terkait yaitu, pada perusahaan Shopee, dan peneliti selanjutnya.

1. Perusahaan Shopee

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan elektronik dan kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu, rekomendasi penelitian ini antara lain:

- a. Perusahaan Shopee dapat mempertahankan kualitas layanan elektronik. Karena salah satu faktor yang dapat mendorong keputusan pembelian konsumen adalah kualitas layanan elektronik pada *e-commerce* Shopee.
- b. Perusahaan Shopee dapat mempertahankan kepercayaan konsumen untuk meningkatkan keputusan pembelian yang dilakukan di *e-commerce* Shopee.

2. Penelitian Selanjutnya

Dari adanya keterbatasan penelitian ini diharapkan peneliti selanjutnya dapat menyempurnakan penelitian selanjutnya. Beberapa saran yang dapat diajukan adalah:

- a. Pada penelitian ini hanya menggunakan 130 responden. Untuk penelitian selanjutnya disarankan mengambil sampel yang lebih

banyak, hal ini bertujuan untuk keakuratan data yang lebih baik dalam penelitiannya.

- b. Pada penelitian ini hanya menguji dua variabel yaitu kualitas layanan elektronik dan kepercayaan pada keputusan pembelian di *e-commerce* Shopee. Diharapkan adanya tambahan variabel lain yang mungkin dapat mempengaruhi hal lain dalam penelitian selanjutnya.
- c. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Negeri Jakarta dan pengambilan sampel dilakukan secara *purposive sampling*. Diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat memperluas populasi penelitian sehingga akan mendekati kondisi yang sebenarnya.
- d. Pada penelitian ini menggunakan metode survei dan teknik analisis data regresi linier berganda, sehingga pada penelitian selanjutnya direkomendasikan untuk dapat menggunakan metode penelitian dan teknik analisis data yang lebih beragam dan sesuai dengan penelitian yang dilakukan.