

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *electronic service quality*, *electronic word of mouth* dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian di Bukalapak. Responden dalam penelitian ini berjumlah 68 orang konsumen yang pernah melakukan pembelian di Bukalapak. Berdasarkan analisis statistik yang telah dilakukan, maka kesimpulannya adalah sebagai berikut:

1. *Electronic service quality* berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Bukalapak. Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa t hitung lebih besar dari t table, serta nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Sehingga hipotesis pertama (H1) yang menyatakan “diduga *electronic service quality* berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Bukalapak” diterima. Artinya, semakin baik *electronic service quality* yang diberikan toko kepada konsumen Bukalapak maka akan semakin besar pula pengaruhnya terhadap keputusan pembelian.
2. *Electronic word of mouth* berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Bukalapak. Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari t table, serta nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Sehingga hipotesis kedua (H2) yang menyatakan “diduga *electronic word of mouth* berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Bukalapak” diterima. Artinya, semakin banyak *electronic word of mouth* yang diterima oleh toko *online* Bukalapak maka akan semakin besar pula pengaruhnya terhadap keputusan pembelian.
3. Kepercayaan konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Bukalapak. Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari t table, serta nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Sehingga hipotesis ketiga (H3) yang menyatakan “diduga kepercayaan konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Bukalapak” diterima. Artinya, semakin baik pelayanan dan semakin baik penyampaian produk pada situs *web* maka akan menumbuhkan rasa percaya kepada konsumen dan semakin besar pula pengaruhnya terhadap keputusan pembelian.
4. Terdapat pengaruh *electronic service quality*, *selectronic word of mouth* dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai F hitung sebesar lebih besar dari F table, dengan nilai signifikansi lebih kecil dari

0,05. Sehingga *electronic service quality*, *electronic word of mouth* dan kepercayaan konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Bukalapak.

B. Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini masih terdapat beberapa keterbatasan, diantaranya yaitu:

1. Hasil penelitian ini menggunakan sampel yang relatif kecil yaitu 68 responden.
2. Pemilihan variabel yang diteliti terbatas, sehingga hasil penelitian ini hanya berfokus pada variabel-variabel tersebut.
3. Keterbatasan waktu, biaya, serta tenaga sehingga menjadikan kurang maksimalnya penelitian ini.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian di atas, peneliti menyampaikan beberapa saran yang dapat dijadikan bahan pertimbangan. Adapun saran tersebut antara lain:

1. Bagi pihak Bukalapak diharapkan dapat meningkatkan kualitas pelayanannya dengan menyertakan informasi produk yang lebih rinci dan mudah dipahami konsumen, agar konsumen tertarik dan merasa nyaman saat berbelanja.
2. Bagi toko *online* di Bukalapak diharapkan lebih memperhatikan ulasan pelanggan dan merespon keluhan pelanggan mengenai produknya, serta meningkatkan kualitas tokonya agar pelanggan maupun calon pelanggan yakin untuk membeli produk ditokonya bahkan merekomendasikan kepada orang lain.
3. Bagi pihak Bukalapak diharapkan meningkatkan kualitas produk, kualitas pelayanan serta memperhatikan ulasan pelanggan agar pelanggan/konsumen yakin dan percaya melakukan pembelian di toko tersebut.
4. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel lain yang berhubungan dengan keputusan pembelian sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih luas tentang faktor apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian selain *electronic service quality*, *electronic word of mouth* dan kepercayaan konsumen.

D. Penutup

Alhamdulillah, puji syukur tetap tertuju kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan ridho-Nya sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi ini tanpa halangan yang berarti. Hal ini tidak mungkin bisa terjadi tanpa adanya ridho dan karunia Allah SWT melalui lantaran yang tanpa disangka.

Penyusunan skripsi ini dilakukan dengan bimbingan dosen yang kredibel dan menggunakan prosedur ilmiah yang menjadi kesepakatan penelitian. Namun kekurangan dalam hal apapun menjadi keniscayaan termasuk dalam skripsi ini, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi perbaikan di mas mendatang.

Peneliti berharap semoga skripsi ini diridhoi oleh Allah SWT serta dapat bermanfaat dan juga dapat memberikan kontribusi keilmuan dalam bidang Manajemen Bisnis Syariah. *Aamiin*.

