

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab IV, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut.

1. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk secara *online* pada Mahasiswa STAIN Kudus Jurusan Syari'ah. Hasil penelitian yang dilakukan pada mahasiswa STAIN Kudus memberikan bukti bahwa Kepercayaan sangat diperlukan konsumen dalam memutuskan untuk membeli produk secara *online*. Hal utama yang dipertimbangkan seorang pembeli ketika melakukan kegiatan belanja secara *online* adalah apakah mereka percaya terhadap situs yang menyediakan fasilitas layanan *online shop* dan percaya pada penjual *online* karena kepercayaan adalah faktor penting dalam membangun dan membina hubungan jangka panjang dan mempengaruhi mempunyai pengaruh yang cukup besar dalam memutuskan pembelian produk melalui media *online*.
2. Keamanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk secara *online* pada Mahasiswa STAIN Kudus Jurusan Syari'ah. Hasil penelitian yang dilakukan pada mahasiswa STAIN Kudus memberikan bukti bahwa keamanan sangat dibutuhkan konsumen dalam melakukan pembelian melalui media *online*. Dimana konsumen tidak akan melakukan pembelian tanpa adanya jaminan keamanan. Karena tanpa jaminan keamanan yang memadai tentunya akan menimbulkan kekhawatiran pada konsumen, yang pada akhirnya menghalangi mereka untuk melakukan pembelian. Hal inilah yang menjadikan faktor keamanan sangat diperlukan pada saat konsumen akan memutuskan pembelian melalui media *online*.

3. Persepsi resiko berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. produk secara *online* pada Mahasiswa STAIN Kudus Jurusan Syari'ah. Hasil penelitian yang dilakukan pada mahasiswa STAIN Kudus memberikan bukti bahwa Pemahaman persepsi akan resiko sangat dibutuhkan khususnya saat melakukan pembelian secara *online*, karena pembelian ini tidak seperti proses pembelian di toko langsung bertatap muka antara penjual dan pembeli. Sehingga konsumen dituntut untuk lebih siap dengan konsekuensinya dimana konsumen tidak dapat mengantisipasi dengan suatu perkiraan yang pasti. Dapat disimpulkan bahwa pemahaman persepsi resiko yang tinggi akan dapat mempengaruhi keputusan pembelian melalui media *online*.

#### **B. Keterbatasan Penelitian**

Dalam penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan menimbulkan gangguan terhadap hasil penelitian, dan kekurangan terhadap hasil penelitian ini. Keterbatasan yang terdapat dalam penelitian ini antara lain mencakup hal-hal sebagai berikut :

1. Keterbatasan referensi tentang penelitian ataupun riset sebelumnya sehingga mengakibatkan penelitian ini memiliki banyak kelemahan, baik dari segi hasil penelitian maupun pada analisisnya.
2. Keterbatasan mengenai pemilihan variabel yang diteliti seperti yang disebutkan dalam penelitian ini, sehingga hasil penelitian ini hanya berfokus pada variabel Kepercayaan, Keamanan, dan Persepsi Risiko. Dan masih ada beberapa faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian secara *online* yang belum dijelaskan pada penelitian ini.

### C. Saran

Berdasarkan permasalahan yang peneliti bahas dalam skripsi ini, maka peneliti hendak menyampaikan saran sebagai berikut :

#### 1. Bagi masyarakat

Bagi mahasiswa/ masyarakat dengan adanya penelitian ini diharapkan agar masyarakat lebih teliti dan selectif dalam memilih *online shop*. baik dari segi kepercayaan, keamanan maupun persepsi resiko yang akan ditimbulkan ketika membeli produk melalui media *online*,

#### 2. Bagi perusahaan

- a. Bagi perusahaan maupun UMKM yang cara pemasarannya melalui media *online*, diharapkan perusahaan maupun UMKM dapat mempertahankan dan meningkatkan pelayanan terhadap kepercayaan , karena variabel kepercayaan mempunyai pengaruh yang cukup tinggi dalam mempengaruhi keputusan pembelian produk secara *online* , diantaranya yaitu, Menepati janji dan memberikan perhatian kepada konsumen, meningkatkan pelayanan yang baik pelayanan pada saat pra maupun pasca pembelian.
- b. Bagi perusahaan maupun UMKM yang cara pemasarannya melalui media *online*, diharapkan perusahaan maupun UMKM dapat mempertahankan dan meningkatkan kenyamanan dan rasa aman, karena variabel keamanan mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian produk secara *online*. Diantaranya yaitu, memberikan kenyamanan, jaminan keamanan baik pada saat transaksi maupun setelah transaksi dan kerahasiaan data
- c. Bagi perusahaan maupun UMKM yang cara pemasarannya melalui media *online*, hal yang perlu diperhatikan dari segi persepsi resiko adalah penjual memberikan informasi secara detail tentang produk yang dijual.

Penjual harus lebih teliti sebelum pengiriman barang agar tidak salah produk yang dapat merugikan konsumen.

3. Bagi peneliti yang akan datang

Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan melakukan penelitian pada faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian produk secara *online*. Penelitian selanjutnya dapat menganalisis faktor-faktor lain yang memberikan kontribusi terhadap keputusan pembelian secara *online*.

#### **D. Penutup**

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah menciptakan dunia seisi-Nya. Hanya karena Ridho dan rahmat-Nya lah peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang sederhana ini. Peneliti sadar dan yakin bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kesalahan baik dari segi bahasa maupun tulisannya, untuk itu penulis akan menerima dengan senang hati

Akhirnya penulis berdo'a semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan para pembaca pada umumnya, serta semoga mendapat ridha Allah SWT. Amin *ya robbal 'aalamin*.