REPOSITORI IAIN KUDUS

BAB V
KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Penelitian dilakukan untuk melihat pengaruh kepercayaan, kualitas informasi dan persepsi risiko terhadap keputusan pembelian secara *online* melalui media sosial Instagram. Sampel penelitian berjumlah 96 responden yang merupakan Mahasiswa FEBI IAIN Kudus angkatan 2017 yang pernah melakukan pembelian secara *online* melalui media sosial Instagram. Berdasarkan hasil analisis statistik yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kepercayaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian secara *online* melalaui media sosial Instagram. Dalam pengujian statistik menunjukkan bahwa t_{hitung} sebesar 2,376 dengan nilai signifikansi sebesar 0,020 lebih kecil dari 0,05 (0,020 < 0,05) dan nilai koefisiensi regresi variabel kepercayaan memberikan nilai yang positif sebesar 0,234.
2. Kualitas informasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian secara *online* melalaui media sosial Instagram. Dalam pengujian statistik menunjukkan bahwa t_{hitung} sebesar 3,178 dengan nilai signifikansi sebesar 0,002 lebih kecil dari 0,05 (0,002 < 0,05) dan nilai koefisiensi regresi variabel kualitas informasi memberikan nilai yang positif sebesar 0,462.
3. Persepsi risiko memiliki pengaruh yang negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian secara *online* melalaui media sosial Instagram. Dalam pengujian statistik menunjukkan bahwa t_{hitung} sebesar -2,146 dengan nilai signifikansi sebesar 0,035 lebih kecil dari 0,05 (0,035 < 0,05) dan nilai koefisiensi regresi variabel persepsi risiko memberikan nilai yang negatif sebesar -0,156.
4. Kepercayaan, kualitas informasi dan persepsi risiko memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian secara *online* melalui media sosial Instagram. Dalam pengujian statistik menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} sebesar 27,779 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05). Hal ini menyatakan bahwa

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

semakin tinggi kepercayaan konsumen terhadap penjual *online* dan semakin berkualitas informasi yang diperoleh konsumen, maka keputusan pembelian semakin tinggi. Apabila persepsi risiko yang dialami oleh konsumen tinggi, maka akan menurunkan keputusan pembelian. Namun, apabila semakin rendah persepsi risiko yang dialami oleh konsumen, maka akan memiliki pengaruh terhadap meningkatnya keputusan pembelian konsumen melalui media sosial Instagram.

B. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini masih memiliki keterbatasan meski sudah diupayakan semaksimal mungkin dimana:

1. Variabel independen dalam penelitian hanya bisa mempengaruhi variabel dependen sebesar 45,8%. Sehingga tersisa 54,2% variabel lain yang mempengaruhi di luar variabel kepercayaan, kualitas informasi dan persepsi risiko.
2. Responden pada penelitian ini hanya sebagian kecil dari konsumen yang pernah melakukan pembelian secara *online* melalui media sosial Instagram. Sehingga kemampuan generalisasi lingkup hasil penelitian belum maksimal.

C. Saran

Adapun peneliti menyampaikan saran yang dapat dijadikan masukan bagi pihak terkait diantaranya:

1. Bagi Penjual *Online* di Instagram
    a. Bagi para pelaku usaha yang melakukan promosi untuk *branding* produk dan penjualan yang dilakukan secara *online* melalui media sosial Instagram sebaiknya selalu berpegang teguh kejujuran, keadilan, dan kejelasan dengan memberikan informasi secara detail, serta tidak memiliki niat untuk menipu atau merugikan orang lain dalam berbisnis. Sikap ini meliputi penyampaian informasi mengenai kebenaran karakteristik produk yang ditawarkan, informasi mengenai sistem pembayaran dan metode pembelian yang disampaikan dengan jelas,

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

lengkap dan akurat. Sehingga konsumen memiliki keyakinan bahwa penjual *online* di media sosial Instagram memiliki kredibilitas dalam melakukan penjualan secara *online*.

b. Bagi penjual *online* di media sosial Instagram sebaiknya tidak hanya berfokus untuk mengejar profit belaka apalagi melakukan berbagai macam cara untuk mendapatkan keuntungan pribadi dengan cara melakukan penipuan. Penipuan ini meliputi melebih-lebihkan produk yang ditawarkan dimana tidak memiliki kesesuaian dengan karakteristik produk aslinya, sistem pembayaran yang membingungkan dan ketidakjelasan pengiriman produk yang akan dipesan. Sebaiknya penjual *online* lebih berorientasi pada kepuasan dan kepercayaan konsumen untuk menciptakan hubungan hubungan jangka panjang dengan konsumen. Menciptakan kepercayaan konsumen ini meliputi menyampaikan informasi yang akurat dan lengkap terhadap produk yang ditawarkan, kecepatan respon penjual dalam menanggapi pesanan konsumen, memberikan jaminan keamanan dalam bertransaksi menggunakan sistem pemesanan, pembayaran, konfirmasi dan pengiriman yang mudah dimengerti oleh konsumen.

c. Untuk membangun kepercayaan terhadap konsumen, penjual *online* dapat memanfaatkan berbagai macam fitur yang ada di Instagram serta strategi *digital marketing* untuk meningkatkan penjualan dan memberikan keyakinan kepada konsumen akan produk yang ditawarkan, seperti 1) Unggah foto atau video di *Feed* atau *Insta Story* secara *up to date*, 2) Fitur siaran langsung (Live), 3) *Stories Highlight* kategori bisnis, 4) Berpindah ke Akun Bisnis untuk mencoba Fitur *Insight* yang membantu dalam pengembangan bisnis, 5) Strategi promosi *endorsement* dan *review* produk, 6) Kelengkapan informasi identitas *online shop* melalui bio serta tab kontak mengenai nomor

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

telepon, email dan alamat, 7) Membuat LinkTree untuk memudahkan dalam pemesanan, 8) Fitur Instagram *Price Tag* untuk memberi label pada produk dan tersambung dengan katalog produk melalui situs web serta 9) Gunakan Fitur *Story Question* di *Insta Story* seperti *Sticker Quiz*, *Poll Sticker* dan *Questions Stickers* untuk melakukan interaksi dengan konsumen.

2. Bagi Konsumen
   a. Bagi konsumen yang akan melakukan pembelian secara *online* di media sosial Instagram, terlebih dahulu mencari informasi mengenai identitas penjual atau *online shop* yang menawarkan produknya. Bisa dilihat dari 1) Kelengkapan informasi atau identitas mengenai *online shop* yang ada di bio, 2) Melihat informasi mengenai nomor telepon, email dan alamat toko jika toko ada offline-nya, 3) Melihat Highlight kategori bisnis mengenai testimoni dan review produk, 4) Melihat waktu unggahan di *Feed* atau *Insta Story* apakah *up to date* atau tidak, 5) Lihat interaksi penjual dengan pembeli bisa melalui *Insta Story* atau komentar di *Feed* hal ini agar konsumen tahu bahwa popularitas *online shop* tidak berdasarkan beli *followers* pasif tetapi murni dari akun *followers* aktif, 6) Teliti dalam melakukan pemesanan dengan meminta penjual *online* mengirinkan foto produk asli, 7) Membayar dengan alat pembayaran yang aman seperti transfer uang menggunakan rekening bersama, 8) Serta menggunakan jasa pengiriman yang terpercaya agar konsumen dapat melacak barang pesanan melalui nomor resi dan *track record*, 9) Jika masih didalam wilayah lebih baik memilih sisem pembayaran COD (*Cash on Delivery*).
   b. Dalam pembelian yang dilakukan secara *online*, konsumen harus lebih berhati-hati dan waspada dalam melakukan transaksi. Media Instagram belum terdapat regulasi untuk menjaga keamanan

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

transaksi bagi pembeli, sehingga konsumen harus lebih teliti sebelum melakukan pembelian secara *online*. Lakukan pertimbangan pembelian dengan mencari dan mengumpulkan informasi mengenai identitas penjual atau *online shop*, produk yang ditawarkan, sistem pembayaran dan sistem pengiriman barang pemesanan.

c. Apabila konsumen mengalami kasus penipuan digital dapat mengadukan melalui website resmi "Patrolisiber" yang dikelola oleh Direktorat Tindak Pidana Siber Bareskrim POLRI. Jika terjadi kejahatan penipuan melalui rekening dapat segera melaporkan ke pihak bank terkait untuk di blokir agar tidak dapat diakses lagi dengan melampirkan bukti yang konkrit. Untuk itu, konsumen yang telah melakukan transaksi jangan lupa menyimpan bukti pembayarannya. Sedangkan dikutip dari cekaja.com, cara melaporkan penjual *online* penipu dapat dengan mengecek nomor rekening penjual terpercaya atau tidak melalui situs www.cekrekening,id milik Kementrian Komunikasi dan Informatika RI, dapat juga melaporkan melalui situs www.lapor.go.id yang dikelola oleh Kementrian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi (Kementrian PANRB), dapat melaporkan lewat situs www.kredibel.go.id dan lewat akun Instagram @indonesiablecklist yang membantu dalam laporan kasus penipuan dan diarahkan ke prosedur hukum lanjutan.

3. Bagi Peneliti

a. Bagi peneliti yang akan membuat penelitian dengan tema permasalahan yang sama, sebaiknya dapat memperluas ruang lingkup penelitian dengan menambah variabel lain diluar penelitian ini seperti variabel harga, kemudahan, kualitas pelayanan dan keamanan.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

b. Untuk penelitian selanjutnya dapat menambah jumlah responden agar generalisasi hasil penelitian dapat dicapai secara maksimal.
c. Peneliti lain dapat mengembangkan penggunaan metode lain dalam meneliti variabel seperti metode wawancara yang komprehensif dengan responden sehingga informasi yang didapatkan beragam dan pengembangan penelitian dapat dilakukan secara optimal. Jadi, responden tidak terpaku pada jawaban yang telah tersedia pada penyebaran kuesioner tertutup dalam penelitian.

REPOSITORI IAIN KUDUS