

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pelayanan dan kepercayaan terhadap minat beli melalui kepuasan konsumen. Responden penelitian berjumlah 100 orang yang melakukan pembelian produk fashion online di Tokopedia. Berdasarkan data yang telah dikumpulkan dan pengujian yang telah dilakukan terhadap rumusan masalah, maka dapat disimpulkan untuk pengaruh langsungnya sebagai berikut :

- 1) Variabel pelayanan tidak berpengaruh terhadap minat beli. Koefisien pelayanan bernilai negatif yang artinya ketika pelayanan yang diberikan penjual semakin baik maka akan menurunkan minat beli konsumen.
- 2) Variabel kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat beli. Koefisien kepercayaan bernilai positif yang artinya ketika kepercayaan konsumen semakin tinggi maka akan menaikkan minat beli konsumen.
- 3) Variabel kepuasan konsumen berpengaruh terhadap minat beli. Koefisien kepuasan konsumen bernilai positif yang artinya ketika kepuasan konsumen semakin naik maka akan menaikkan minat beli konsumen.

Sedangkan untuk pengaruh tidak langsung maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

- 1) Variabel pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Koefisien pelayanan bernilai positif yang memiliki arti bahwa ketika pelayanan yang diberikan penjual semakin baik maka akan meningkatkan kepuasan konsumen.

- 2) Variabel kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Koefisien kepercayaan bernilai positif yang memiliki arti bahwa ketika kepercayaan akan penjual semakin tinggi maka akan menaikkan kepuasan konsumen.

Sedangkan pengaruh tidak langsung untuk variabel intervening maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

- 1.) Variabel kepuasan konsumen merupakan variabel intervening antara pengaruh pelayanan terhadap minat beli. Hal ini dikarenakan pelayanan baik yang diberikan oleh penjual secara tidak langsung akan memberikan kepuasan konsumen yang nantinya akan berimbas terhadap minat beli konsumen.
- 2.) Variabel kepuasan konsumen bukan merupakan variabel intervening antara pengaruh kepercayaan terhadap minat beli. Hal ini dikarenakan variabel kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat beli selain itu kepuasan konsumen juga belum mampu memberikan pengaruh tidak langsung antara kepercayaan terhadap minat beli. Dengan demikian berarti bahwa terdapat variabel intervening lain yang mempengaruhi kepercayaan terhadap minat beli seperti harga.

5.2. Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan pada penelitian ini adapun saran dalam penelitian ini yang diambil hasil penelitian secara langsung dan secara tidak langsung yaitu :

1. Toko fashion online di Tokopedia sebaiknya memberikan pelayanan yang sangat baik kepada konsumen ataupun calon konsumen yang nantinya akan berpengaruh terhadap minat beli konsumen.
2. Toko fashion online di Tokopedia sebaiknya mampu memberikan kepercayaan kepada konsumen dan calon konsumen tidak hanya dari review produk dari konsumen sebelumnya melainkan memberikan kepercayaan lain seperti memajang foto *public figure* yang menjadi *Brand Ambassador* untuk produk fashion online tersebut.

5.3. Keterbatasan Penelitian dan Pengembangan Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini memiliki keterbatasan-keterbatasan yang dapat dijadikan pertimbangan bagi peneliti selanjutnya agar mendapatkan hasil yang lebih baik lagi. Berikut ini keterbatasan penelitian yang dialami peneliti :

1. Peneliti mengalami kesulitan saat menyebarkan dan mengumpulkan kuesioner secara langsung karena saat ini sedang terjadi pandemi covid
19. Untuk itu peneliti mengatasinya dengan menyebar kuesioner melalui *google form*.
2. Penelitian ini respondennya terfokus kepada konsumen yang berbelanja produk fashion online di Tokopedia. Untuk selanjutnya bisa meneliti secara global mengenai pembelanjaan online di Tokopedia jadi tidak hanya produk fashion online saja tetapi bermacam macam produk yang dijual di Tokopedia.
3. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data melalui kuesioner sehingga data yang diperoleh berdasarkan persepsi responden saja, maka penelitian selanjutnya dapat dilengkapi dengan melakukan observasi yang lebih mendalam seperti sesi wawancara terhadap beberapa responden.
4. Penelitian ini hanya terfokus dengan dua variabel independen saja yaitu pelayanan dan kepercayaan. Diharapkan untuk peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel independen lain atau mengganti kepuasan konsumen sebagai variabel intervening dengan variabel intervening lain sehingga kemungkinan dapat memperoleh hasil penelitian yang berbeda dari yang sudah dilakukan oleh peneliti.