

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Setelah peneliti melakukan analisis dalam bab-bab sebelumnya maka peneliti dapat memberikan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara parsial *trust* berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, secara keseluruhan berada pada kategori tinggi. Hal ini dibuktikan dengan beberapa indikator masih mendapatkan nilai rendah yaitu indikator perhatian dan keterusterangan yang akan diberikan MFI SHOP terhadap konsumen mengalami ketidakpuasan sehingga terjadi pembatalan sepihak
2. Secara parsial *quality of information* berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, secara keseluruhan berada pada kategori baik. Namun, masih terdapat beberapa responden yang memberikan penilaian tidak baik. Seperti informasi yang disediakan MFI SHOP dianggap kurang tepat waktu atau *up to date*, maupun kurang lengkap serta kurang mendetail.
3. *Perceived of Risk* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, secara keseluruhan berada pada kategori baik. Namun, resiko produk selanjutnya resiko transaksi masih banyak pelanggan MFI SHOP yang memberikan penilaian kurang.
4. Secara simultan *trust*, *quality of information* dan *Perceived of Risk* berpengaruh positif signifikan, hal ini dapat di lihat dari nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$

(22,475 > 2,70) dan nilai signifikansinya lebih kecil dari taraf signifikansinya (0,000 < 0,05).

5.2. Saran

Berdasarkan uraian kesimpulan di atas, maka saran yang dapat disimpulkan berkaitan dengan perilaku menabung diantaranya:

1. Sebaiknya penjualan online shopee dan outlet-outlet nya secara umum dan MFI SHOP secara khusus lebih meningkatkan kesetiaan kepada pelanggan agar dapat meningkatkan penjualan.
2. Untuk variabel *quality of information* yang menjadi variabel yang berpengaruh signifikan *perceived of risk* yang lebih dominan mempengaruhi keputusan pembelian diharapkan menjadi prioritas yang dipertahankan oleh MFI SHOP. Informasi-informasi yang disediakan oleh Shopee baik informasi mengenai produk maupun informasi-informasi sesuai dengan tema semakin ditingkatkan, sehingga dapat meningkatkan pengetahuan calon pembeli sehingga dapat mempengaruhi calon pembeli untuk melakukan keputusan pembelian.
3. Keterbatasan penelitian ini dapat diatasi dengan penyempurnaan penelitian mendatang dengan:
 - a. Memperbanyak sampel/responden
 - b. Dilakukan pada karyawan diperusahaan
 - c. Metode penelitian menggunakan *longitudinal time*
 - d. Metode analisis yang multi variant dan kompleks

4. Dalam penelitian mendatang, dapat dilakukan penambahan variabel lain seperti pengaruh antar member online shopee dan lain-lain serta dimensi-dimensi pada model yang telah ada maupun pada model yang mengalami pengembangan.

