

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **1.1 Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian tentang analisis keamanan, promosi, harga terhadap keputusan pembelian pada Bukalapak dengan menggunakan analisis regresi adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil dari uji Koefisien Determinasi, dapat diketahui bahwa nilai dari Adjusted R Square sebesar 0,294, dalam hal ini berarti bahwa variabel independen yang terdiri dari Keamanan, Promosi, Harga dapat menjelaskan Variabel dependen Keputusan Pembelian pada Bukalapak. Dengan nilai sebesar 29,4% sedangkan sisanya 70,6% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.
2. Pengaruh keamanan terhadap keputusan pembelian pada situs Bukalapak.  
Hasil pengujian hipotesis pertama untuk variabel keamanan menunjukkan bahwa variabel keamanan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian pada situs Bukalapak. Sehingga hipotesis pertama ditolak. Pengaruh positif tersebut menunjukkan bahwa masyarakat Jepara akan lebih berminat untuk melakukan transaksi pada situs Bukalapak karena dinilai memiliki antisipasi dalam meminimalisir tingkat resiko transaksi secara online.

### 3. Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian pada Bukalapak

Hasil pengujian hipotesis kedua untuk promosi menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian pada Bukalapak. Sehingga hipotesis kedua untuk variabel promosi ditolak. Pengaruh positif tersebut menunjukkan variabel promosi menimbulkan minat untuk membeli secara online masyarakat Jepara pada Bukalapak.

### 4. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada Bukalapak

Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa variabel harga adalah faktor yang paling dominan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Bukalapak. Sehingga hipotesis ketiga untuk variabel harga dapat diterima. Pengaruh positif tersebut menunjukkan bahwa variabel harga pada Bukalapak dinilai masyarakat sudah baik atau sesuai dengan harapan mereka. Hal ini tentu saja akan meningkatkan keputusan pembelian masyarakat Jepara pada Bukalapak.

## 1.2 Saran

Berdasarkan temuan hasil penelitian ini maka saran yang dapat penulis berikan adalah sebagai berikut :

1. Variabel Harga adalah faktor yang paling dominan dalam hasil penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Jepara menaruh perhatian lebih pada keekonomis harga yang ditawarkan Bukalapak. Pada *website* memiliki begitu banyak penjual dan pelapak dengan begitu banyak variasi harga yang ditawarkan. Sebaiknya bukhalapak

lebih memerhatikan faktor harga dengan cara melakukan lebih banyak program diskon atau program gratis ongkir pada pelanggan tanpa harus membeli dalam kuantitas banyak. Hal ini disarankan supaya masyarakat akan lebih berminat apabila harga yang ditawarkan sangat ekonomis dengan hasil yang memuaskan.

2. Variabel Keamanan adalah variabel yang paling berpengaruh pada urutan kedua setelah variabel harga. Hal ini menunjukkan bahwa keamanan dalam melakukan transaksi online adalah hal utama yang diinginkan oleh pembeli. Dalam hal ini, Bukalapak harus dapat menjamin keamanan pembeli saat melakukan transaksi di situsnya. Bukalapak harus dapat mempertahankan atau meningkatkan kualitas keamanannya baik dalam hal kerahasiaan data pelanggan maupun informasi, sistem verifikasi atau autentifikasi.
3. Variabel Promosi adalah faktor yang pengaruhnya paling rendah keputusan pembelian masyarakat Jepara pada Bukalapak. Hal ini menunjukkan bahwa sebaiknya pihak Bukalapak lebih sering menayangkan promosi yang menarik untuk menarik calon konsumen dalam melakukan sebuah transaksi pembelian. Promosi di media massa, dan periklanan yang dilakukan pemasar akan mendorong terciptanya tingkat volume dalam bertransaksi.
4. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan menyertakan faktor lain yang mungkin mempengaruhi keputusan pembelian, agar penyajian data dan informasi yang diperoleh lebih tepat dan lebih akurat.