

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil pengumpulan dan pengujian data yang dilakukan oleh penulis dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan pada hasil pengujian yang telah dilakukan peneliti didapatkan hasil bahwa melalui analisis regresi linear berganda dan uji t didapatkan hasil bahwa terdapat pengaruh antara kualitas produk dan minat beli konsumen toko online Tokopedia di kota Batam secara signifikan. Hal tersebut digambarkan dengan hasil perhitungan t hitung sebesar 10.874 yang lebih besar dari t tabel yaitu 3.866.
2. Berdasarkan hasil pengujian t hitung didapatkan nilai t pada variabel promosi sebesar 8.664 yang lebih besar dari t tabel 3.866, yang berarti terdapat hubungan antar promosi dengan minat beli. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa promosi yang dilakukan oleh Tokopedia dapat mempengaruhi minat beli masyarakat kota Batam terhadap Tokopedia, hal ini juga dapat dilihat dari hasil regresi linear berganda yang menyebutkan bahwa terjadi pengaruh signifikan antar promosi dan minat beli.
3. Pada hasil analisis regresi linier berganda dapat diketahui bahwa terjadi pengaruh signifikan antar kepercayaan konsumen dengan minat beli. Hal ini juga tergambar dari hasil uji t, sehingga didapatkan nilai t hitung sebesar 13.974 lebih besar dari nilai t tabel 3.866. Berdasarkan hal tersebut dapat diketahui bahwa terjadi pengaruh yang signifikan antara

minat kepercayaan konsumen dengan minat beli konsumen toko online Tokopedia di kota Batam.

4. Berdasarkan hasil pengujian yang telah didapatkan oleh peneliti, untuk hubungan antara kualitas produk, promosi dan kepercayaan terhadap minat beli terjadi pengaruh yang signifikan. Lebih lanjut, hal tersebut dapat diketahui dari hasil uji  $f$  dengan hasil sebesar 316,408 lebih besar dari  $f$  tabel 1.966. Selain dari uji  $f$ , juga dapat dilihat dari nilai koefisien determinasi  $R^2$  sebesar 0.71 sehingga dapat diartikan bahwa kualitas produk, promosi dan kepercayaan dapat mempengaruhi minat beli masyarakat Batam terhadap Tokopedia sebanyak 71.% dan 28.8% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain. Jadi kualitas produk, promosi serta kepercayaan yang diberikan oleh Tokopedia berpengaruh nyata terhadap minat beli konsumen Tokopedia khususnya untuk masyarakat Batam.

## 5.2 Saran

Berlandaskan kesimpulan tersebut didapatkan melalui pengkajian tersebut, kemudian saran penulis seperti:

1. Diharapkan penelitian yang telah dilakukan peneliti dapat dijadikan tolak ukur, acuan, atau referensi untuk penelitian yang akan datang.
2. Kualitas produk yang ditawarkan oleh Tokopedia sejauh ini tergolong baik namun sepatutnya Tokopedia harus terus meningkatkan kualitas produk yang ditawarkan.
3. Promosi yang dilakukan Tokopedia sudah menarik namun alangkah baiknya jika terus dilakukan inovasi yang lebih kreatif sehingga

masyarakat lebih tertarik lagi untuk membeli barang di Tokopedia.

4. Tokopedia sepatutnya memberikan pelayanan serta tanggung jawab yang lebih kepada konsumen agar konsumen lebih percaya terhadap Tokopedia.