

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan pembahasan yang telah peneliti jabarkan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan:

1. Promosi ada pengaruh secara signifikan terhadap minat beli secara online pada marketplace shopee di batam.
2. Kepercayaan konsumen tidak ada pengaruh secara signifikan terhadap minat beli secara online pada marketplace shopee di batam
3. Persepsi resiko tidak ada pengaruh secara signifikan terhadap minat beli secara online pada marketplace shopee di batam.
4. Promosi, kepercayaan konsumen dan persepsi resiko ada pengaruh secara simultan dan signifikan terhadap minat beli secara online pada marketplace shopee di batam

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan dari penelitian yang penulis teliti ini, penulis ajukan saran-saran sebagai pelengkap terhadap hasil dari penelitian rekomendasi yang dapat diberikan untuk peneliti yang akan datang:

1. Promosi yang baik dapat menarik perhatian yang lebih terhadap minat beli seseorang, kepercayaan konsumen harus selalu dipegang oleh pengelola shopee maupun penjual produk di shopee dan persepsi resiko dapat dikurangi guna meningkatkan minat beli dan belanja kembali oleh konsumen di shopee.

2. Untuk peneliti selanjutnya agar memperluas dan menambah variabel lain di luar pengaruh promosi, kepercayaan konsumen dan persepsi resiko, karena pada dasarnya banyak faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi minat beli.
3. Untuk masyarakat yang berbelanja secara online harus lebih teliti membaca dan memahami setiap keterangan dari produk yang ada supaya tidak menimbulkan kerugian bagi konsumen.