

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berikut adalah beberapa kesimpulan yang dapat diambil berdasarkan data yang peneliti kumpulkan:

1. Adanya pengaruh positif dan signifikan antara kepercayaan terhadap keputusan pembelian pada situs e-commerce Bukalapak di kota Batam. Hal ini dapat dibuktikan bahwa t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} . Dengan kata lain variabel kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada situs e-commerce Bukalapak di kota Batam, hasil pengaruhnya sebesar 48,8%.
2. Adanya pengaruh positif dan signifikan antara promosi terhadap keputusan pembelian pada situs e-commerce Bukalapak di kota Batam. Hal ini dapat dibuktikan bahwa t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} . Dengan kata lain variabel promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada situs e-commerce Bukalapak di kota Batam, hasil pengaruhnya sebesar 58,4%.
3. Adanya pengaruh positif dan signifikan antara kepercayaan dan promosi terhadap keputusan pembelian pada situs e-commerce Bukalapak di kota Batam. Hal ini dapat dibuktikan bahwa F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} . Dengan kata lain variabel kepercayaan dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada situs e-commerce Bukalapak di kota Batam, hasil pengaruhnya sebesar 74,1%.

5.2. Saran

Peneliti memberikan saran kepada Bukalapak beberapa rekomendasi berdasarkan temuan penelitian mereka, antara lain sebagai berikut:

1. Tingkat persaingan yang menjadi ketat di dunia e-commerce, terlihat dari peningkatan jumlah peneliti yang memberikan saran kepada Bukalapak untuk meningkatkan rasa kepercayaan pelanggan dan mendorong mereka untuk menggunakan perusahaan tidak hanya sekali namun berkali-kali, karna kepercayaan ialah faktor terpenting bagi pelanggan, yang pada akhirnya ingin memberikan nilai yang baik bagi Bukalapak.
2. Promosi ialah faktor lain yang mendorong pengguna untuk kembali selain kepercayaan. Meskipun promosi Bukalapak hampir identik dengan situs e-commerce lainnya, namun masih memiliki kekurangan, salah satunya tidak sesuai dengan apa yang sebenarnya dilihat orang. Hal ini dapat dikurangi untuk mendorong pengguna kembali ke situs dan mendatangkan lebih banyak pengguna Bukalapak.