

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan peneliti pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis pengaruh antara kualitas pelayanan dengan minat beli, yang diperoleh yaitu t hitung $>$ t tabel, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima artinya kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli di situs *e-commerce* Tokopedia.
2. Berdasarkan hasil analisis pengaruh antara kepercayaan konsumen dengan minat beli, yang diperoleh yaitu t hitung $>$ t tabel, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima artinya kepercayaan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli di situs *e-commerce* Tokopedia.
3. Berdasarkan hasil analisis pengaruh antara kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen dengan minat beli, yang diperoleh yaitu f hitung $>$ f tabel, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima artinya kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen berpengaruh signifikan terhadap minat beli di situs *e-commerce* Tokopedia.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diajukan saran-saran sebagai pelengkap terhadap hasil penelitian dan rekomendasi yang dapat diberikan untuk penelitian yang akan datang adalah sebagai berikut:

1. Dalam hasil penelitian yang dilakukan, variabel kualitas pelayanan memiliki peranan penting dalam memengaruhi minat beli. Oleh karena itu bagi perusahaan yang ingin meningkatkan minat beli harus lebih memerhatikan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Misalnya melayani konsumen dengan sepenuh hati, membantu konsumen yang kesulitan dalam bertransaksi.
2. Dalam hasil penelitian yang dilakukan, variabel kepercayaan konsumen memiliki peranan penting dalam memengaruhi minat beli. Oleh karena itu bagi perusahaan yang ingin meningkatkan minat beli harus lebih memerhatikan kepercayaan bagi konsumen. Misalnya terbuka dengan konsumen yang melakukan transaksi.
3. Dalam penelitian ini menggunakan variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen, maka diharapkan pada peneliti lain yang ingin melakukan penelitian dapat menggunakan variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini, seperti harga, kualitas produk dan sebagainya.