

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

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

1. Kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli di situs e-commerce Bukalapak.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli di situs e-commerce Bukalapak.
3. Kepercayaan konsumen berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Beli di situs e-commerce Bukalapak.
4. Kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli di situs e-commerce Bukalapak.

5.2. Saran

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

1. produk yang baik digunakan dan harus sesuai dengan yang di minta para konsumen, agar sesuai dengan yang dibutuhkan konsumen, supaya daya minat beli konsumen terhadap Bukalapak semakin bertambah dan belanja berulang-ulang.
2. Hasil penelitian dalam Kualitas pelayanan memiliki peran penting dalam mempengaruhi minat beli. Oleh karena itu bagi toko online Bukalapak yang ingin meningkatkan minat beli harus lebih memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen , misalnya cepat dalam menanggapi para keluhan-keluhan para konsumen, dan bertanggung jawab menyikapi masalah yang timbul.
3. Dari hasil penelitian yang dilakukan kepercayaan konsumen memiliki peran penting dalam mempengaruhi minat beli. Oleh karena itu bagi toko online Bukalapak harus menjaga kepercayaan konsumen supaya para konsumen tidak beralih ke toko-toko online lainnya. Minat beli dipengaruhi oleh kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen, diinginkan untuk penelitian berikutnya dapat menambah variabel berupa harga produk, promosi dan diskon yang dapat mempengaruhi minat beli