

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah di kumpulkan di bab sebelumnya, maka dapat peneliti simpulkan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara reputasi terhadap kepercayaan pelanggan shopee di kota Sungai Penuh. Hasil hipotesis menjelaskan bahwa nilai thitung lebih kecil daripada ttabel yaitu  $0,985 < 1,003$ , sedangkan besarnya pengaruh reputasi terhadap kepercayaan pelanggan shopee di kota Sungai Penuh secara parsial adalah 0,09 %
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *electronic word of mouth* terhadap kepercayaan pelanggan shopee di kota Sungai Penuh. Hasil hipotesis menjelaskan bahwa nilai thitung lebih besar daripada ttabel yaitu  $3,538 > 1,003$ , sedangkan besarnya pengaruh *electronic word of mouth* terhadap kepercayaan pelanggan shopee di kota Sungai Penuh secara parsial adalah 21,95%.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *web quality* terhadap kepercayaan pelanggan shopee di kota Sungai Penuh. Hasil hipotesis menjelaskan bahwa nilai thitung lebih kecil daripada ttabel yaitu  $1,692 > 1,003$ , sedangkan besarnya pengaruh *web quality* terhadap kepercayaan pelanggan shopee di kota Sungai Penuh secara parsial adalah 07,33%

4. Berdasarkan hasil penelitian menjelaskan bahwa reputasi, *electronic word of mouth* dan *web quality* secara simultan berpengaruh positif yang signifikan terhadap kepercayaan pelanggan shopee di kota sungai penuh. Hasil hipotesis menjelaskan bahwa nilai Fhitung lebih besar daripada Ftabel yaitu  $7,380 > 2,77$ , Besarnya pengaruh reputasi, *electronic word of mouth* dan *web quality* terhadap kepercayaan pelanggan shopee di kota Sungai Penuh adalah 28,3% sedangkan sisanya ( $100\% - 28,3\% = 72,7\%$ ) faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

## 5.2 Saran

Untuk membuat keputusan pembelian konsumen shopee di kota Sungai Penuh disarankan kepada pembeli sebagai berikut:

1. Kepercayaan pelanggan shopee di kota Sungai Penuh berada pada kategori hasil baik yang dibuktikan dengan rata-rata variabel 38,96 dan TCR 86,05%. Skor rata-rata terendah berada pada indikator integritas dengan skor rata-rata 4,10 dan TCR 82,01% yang kategori baik yang terdiri dari 9 item pertanyaan oleh sebab itu pada indikator ini disarankan perlu ditingkatkan lagi karena nilai terendah sehingga menimbulkan kepercayaan pelanggan. Dan skor terendah pada indikator integritas yaitu pada item pertanyaan "1) saya percaya dengan jaminan kepuasan di situs jejaring sosial, 2) saya percaya pihak penjual pada situs jejaring sosial selalu mengutamakan keterusterangan dalam menjual barang dagangannya, 3) saya percaya pihak penjual pada situs jejaring sosial memenuhi janji-janjinya dengan skor rata-rata 4,10 dan TCR 82,01% dalam kategori baik.

2. Reputasi di shopee berada pada kategori hasil baik yang dibuktikan dengan rata-rata variabel 49,07 dan TCR 82,83%. Skor rata-rata terendah berada pada indikator dikenal luas dengan skor rata-rata 3,62 dan TCR 72,04% yang kategori cukup baik yang terdiri dari 12 item pertanyaan oleh sebab itu pada indikator ini disarankan perlu ditingkatkan lagi karena

nilai terendah sehingga menimbulkan kepercayaan pelanggan. Dan skor terendah pada indikator dikenal luas yaitu pada item pertanyaan “1) saya akan merekomendasikan shopee ke orang lain, 2) layanan shopee dapat terpersonalisasi oleh konsumen darimana pun, 3) shopee menyediakan jaminan pengiriman kemana pun, dengan skor rata-rata 3,62 dan TCR 72,04% dalam kategori cukup baik.

3. *Electronic Word Of Mouth* di shopee berada pada pada kategori hasil baik yang dibuktikan dengan rata-rata variabel 49,06 dan TCR 82, 77%. Skor rata-rata terendah berada pada indikator *Positif Valence* dengan skor rata-rata 4,18 dan TCR 83,06% yang katogeri baik yang terdiri dari 12 item pertanyaan oleh sebab itu pada indikator ini disarankan perlu ditingkatkan lagi karena nilai terendah sehingga menimbulkan kepercayaan pelanggan. Dan skor terendah pada indikator *positif valence* yaitu pada item pertanyaan “1) *Review* di shopee informasi yang benar, 2) *Review* di shopee banyak bernada positif, 3) saya merasa setiap saya berbelanja di aplikasi shopee saya mendapatkan respon positif dari beberapa admin toko, dengan skor rata-rata 4,18 dan TCR 83,06% dalam kategori baik.

4. *Web quality* yang dilakukan shopee berada pada pada kategori hasil baik yang dibuktikan dengan rata-rata variabel 3,26 dan TCR 82,81%. Skor rata-rata terendah berada pada indikator kemudahan dalam penggunaan shopee dengan skor rata-rata 3,37 dan TCR 67,06% yang katogeri cukup baik yang terdiri dari 9 item pertanyaan oleh sebab itu pada indikator ini disarankan perlu ditingkatkan lagi karena nilai terendah sehingga menimbulkan kepercayaan pembelian. Dan skor terendah pada indikator kemudahan dalam penggunaan shopee yaitu pada item pertanyaan “1) saya merasa situs dari shopee mudah untuk diakses, 2) saya merasa system pembayaran pada shopee tidak rumit, 3) harga produk yang dijual pada shopee sesuai dengan kualitas produk, Dengan skor rata-rata 3,37 dan TCR 67,06% dalam kategori cukup baik.