BAB V
PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan , Persepsi Risiko dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian dalam transaksi belanja *Online* di *E-commerce* Shopee pada mahasiswa/i Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon, menghasilkan kesimpulan sebagai berikut :

1. Dapat diketahui hasil uji secara parsial menunjukan bahwa Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada situs *E-commerce* shopee. Semakin tinggi tingkat kualits pelayanan yang dilakukan oleh pihak shopee akan semakin meningkat. Jadi Kualitas Pelayanan yang diberikan oleh pihak shopee kepada pengguna/ konsumen shopee benar-benar mempengaruhi keputusan pembelian pada mahasiswa/i Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dapat diketahui hasil uji secara parsial menunjukan bahwa Variabel Persepsi Risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa/i di Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
3. Dapat diketahui hasil uji secara parsial menunjukan bahwa Variabel Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada pada mahasiswa/i di Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon. Semakin meningkatnya Kepercayaan pada konsumen maka akan meningkatkan citra baik bagi perusahaan Shopee Indonesia.

4. Dapat diketahui bahwa hasil uji secara simultan menunjukan bahwa variabel kualitas pelayanan , persepsi risiko dan kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian dalam transaksi belanja *online* di e-commerce shopee.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang dapat diperoleh, maka terdapat saran yang diberikan sebagai berikut :

1. Bagi Pihak Shopee

   Berdasarkan penelitian responden dalam penelitian ini, upaya yang seaiknya dilakukan oleh Shopee sebagai berikut :

   a. Dalam penelitian Kualitas Pelayanan yang terdiri dari dimensi kehandalan, ketanggapan, pengetahuan harga, fleksibilitas, keamanan, jaminan dan Kepercayaan

   b. Dalam penelitian ini Persepsi Risiko yang terdiri dari dimensi risiko keuangan, risiko fungsional, risiko psikologis dan sosial dan risiko waktu memberikan pengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian transaksi belanja *Online* di *E-commerce* Shopee. Di harapkan situs Shopee dapat mengupayakan terhadap produk yang tidak sesuai agar sesuai dengan yang di jual, produk yang dibeli di situs Shopee dapat meningkatkan cirta para pembeli, diharapkan agar pihak Shopee menyediakan kontrol terhadap penjual dan ketika di temukan permasalahan diharapkan agar pihak shopee dapat menyelesaikanya dengan cepat dan baik.

   c. Dalam penelitian ini Kepercayaan yang terdiri dari dimensi kemampuan , kebaikan hati, integritas masih

perlu ditingkatkan kembali dari para penjual agar konsumen bisa merasa puas dan percaya sehingga dapat melakukan transaksi. Jika penjual telah memiliki Kepercayaan kepada pembeli maka hal itu akan berpengaruh positif dan signifikan dalam transaksi belanja *Online* di *E-commerce* Shopee.

2. Bagi Peneliti

   Diharapkan hasil penelitian ini dapat mengaplikasikan antara teori yang diperoleh di bangku perkuliahan dan dapat membandingkannya dengan kondisi ril dalam dunia perdagangan di *E-commerce*.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

   Penelitia selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan melakukan penelitian pada faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Besarnya faktor Kualitas Pelayanan , Persepsi Risiko dan Kepercayaan teradap keputusan pembelian adalah 74,2% dan 25,8% merupakan variabel-variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian selain variabel yang diteliti dalam penelitian ini.

IAIN SYEKH NURJATI CIREBON