

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab IV, maka dapat menghasilkan dua persamaan struktural yang dapat diterima. Sehingga dapat menjelaskan pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependennya. Adapun pengujian secara statistik terhadap pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependennya menghasilkan kesimpulan bahwa keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, persepsi risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat beli, keamanan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, persepsi risiko tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, minat beli berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, minat beli memediasi antara keamanan dengan keputusan pembelian, dan minat beli memediasi antara persepsi risiko dan keputusan pembelian dengan hubungan yang negatif.

#### **B. Saran**

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

## 1. Bagi Shopee

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

- a. Dalam penelitian ini keamanan yang terdiri dari dimensi jaminan keamanan dan kerahasiaan data masih harus ditingkatkan lagi seperti Shopee dapat bekerjasama dengan perusahaan ternama yang bergerak dibidang pengamanan data untuk mengamankan *website* atau aplikasi dari serangan *hacker* (peretas) yang mencoba untuk masuk ke jaringan, *website* dan aplikasi Shopee. Sehingga pengguna merasa aman akan data yang telah diberikan baik melalui *webiste* maupun melalui aplikasi Shopee.
- b. Dalam penelitian ini persepsi risiko terdiri dari dimensi risiko produk, risiko transaksi, dan risiko psikologis masih harus ditingkatkan lagi seperti mengupayakan adanya kontrol terhadap penjual dan dapat menemukan penyelesaian masalah yang lebih baik untuk meminimalisir kekhawatiran calon konsumen mengenai risiko yang mungkin terjadi pada Shopee. Sehingga konsumen tidak merasa khawatir untuk melakukan pembelian melalui aplikasi maupun melalui *website* Shopee.
- c. Dalam penelitian ini minat beli yang terdiri dari dimensi minat transaksional, minat referensial, minat preferensial, dan minat eksploratif memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian. Diharapkan Shopee dapat meningkatkan informasi mengenai

produknya. Sehingga dapat meningkatkan minat beli yang akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

## 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan melakukan penelitian pada variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi minat beli. Besarnya faktor keamanan dan persepsi risiko terhadap minat beli adalah sebesar 42,7% dan 57,3% merupakan faktor lainnya yang mempengaruhi minat beli.

Peneliti selanjutnya juga dapat mengembangkan penelitian ini dengan melakukan penelitian pada variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Besarnya faktor minat beli terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 76,3% dan 23,7% merupakan faktor lainnya yang mempengaruhi keputusan pembelian. Peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel endogen lainnya seperti kepuasan konsumen dan pembelian berulang.