

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari analisis dan pembahasan, maka dapat diambil beberapa kesimpulan berikut ini:

1. Kepercayaan Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Pada Rp Shop Kota Metro.
2. Presepsi Manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Pada Rp Shop Kota Metro.
3. Presepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Pada Rp Shop Kota Metro.
4. Kepercayaan Konsumen, Presepsi Manfaat dan Presepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Pada Rp Shop Kota Metro.

A. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka saran yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:

1. Demi menjaga kepercayaan konsumen pada Rp Shop Kota Metro, terkadang Rp Shop Kota Metro kurang mampu memperhatikan permasalahan sebagian konsumennya, contohnya adalah barang yang tidak sesuai dengan pesanan. Dengan permasalahan tersebut sebaiknya pihak Rp Shop Kota Metro dapat mengecek kembali barang yang hendak dikirim dengan tujuan untuk meminimalisi terjadinya barang yang tidak sesuai dengan pesanan.
2. Persepsi manfaat pada konsumen RP Shop Kota Metro perlu ditingkatkan mengenai manfaat yang akan diperoleh oleh konsumen dalam penggunaan produk-produk yang dijual. Produk-produk yang dirasa kurang mampu dalam memenuhi kebutuhan contohnya barang model jadul, sebaiknya dikurangi dalam masa distribusi. Karena barang yang dirasa kurang mampu dalam memenuhi kebutuhan konsumen hanya dapat memenuhi stok barang saja, untuk itu RP Shop Kota Metro lebih bijak dan selektif dalam menentukan barang apa saja yang mudah untuk dijual dan bisa dinilai dari persepsi manfaatnya.

3. Presepsi kemudahan penggunaan dalam aplikasi instagram sangat besar dirasakan, banyak masyarakat yang sudah tahu dan banyak juga masyarakat yang belum tahu bagaimana melakukan transaksi lewat instagram Rp Shop Kota Metro. Untuk itu sebaiknya Rp Shop Kota Metro lebih memudahkan kembali bagaimana konsumen dapat melakukan transaksi pembayaran masa kini dengan menerapkan fitur COD (*Cash On Delivery*) untuk konsumen yang belum tau bagaimana menggunakan fitur pembayaran digital.
4. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneliti dengan variabel-variabel lain di luar variabel yang telah diteliti ini agar memperoleh hasil yang lebih bervariasi yang dapat berpengaruh terhadap Minat Beli.