

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis pembahasan variabel Resiko Pembelian dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian di aplikasi Bukalapak, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Resiko Pembelian berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kepercayaan berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
3. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Resiko pembelian dan Kepercayaan bersama-sama berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, maka terdapat beberapa saran yang perlu di perhatikan sebagai masukan bagi Bukalapak, mengenai Resiko Pembelian dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian di Bukalapak.

1. Pada variabel Resiko Pembelian sebaiknya pihak Bukalapak memperhatikan calon konsumen yang ingin memesan barang di Bukalapak agar konsumen lebih tertarik melakukan transaksi di Bukalapak dengan cara membuat reputasi perusahaan lebih baik.
2. Pada variabel Kepercayaan sebaiknya pihak Bukalapak memperhatikan pelanggan maupun calon konsumen untuk meningkatkan kepercayaan yang diberikan perusahaan dengan meyakinkan konsumen dengan memberi informasi yang jelas, menjaga kepercayaan pelanggan dengan feedback yang baik, dan memberi jaminan saat berbelanja di Bukalapak.
3. Pada variabel Keputusan Pembelian sebaiknya pihak Bukalapak memperhatikan reputasi pada pelanggannya, dengan reputasi yang baik maka besar kemungkinan konsumen lebih memilih untuk melakukan keputusan pembelian di *E-commerce* Bukalapak dibandingkan para kompetitornya.

4. Sebaiknya pihak perusahaan Bukalapak memperhatikan keluhan dan masukan dari konsumen agar para konsumen merasa puas dan senang jika melakukan transaksi di *E-commerce* Bukalapak.