

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Ditemukan bahwa kepercayaan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap motif belanja. Hasil ini menunjukkan bahwa dengan memperhatikan kepercayaan konsumen dapat meningkatkan motif belanja pada kaskus *online shop*.
2. Nilai koefisien korelasi 0,715 menunjukkan bahwa kepercayaan konsumen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap motif belanja pada kaskus *online shop*.
3. Kepercayaan konsumen secara relatif efektif dan efisien mempunyai pengaruh yang nyata terhadap motif belanja. Hal ini dinyatakan dengan persamaan regresi. Selanjutnya dalam perhitungan koefisien determinasi menunjukkan bahwa sebesar 0,511 atau 51,1% variabilitas mengenai motif belanja di kaskus *online shop* dapat dipengaruhi oleh kepercayaan konsumen, sedangkan sisanya sebesar 48,9% dipengaruhi oleh variabel lain seperti kualitas produk, model, dan kualitas *website*.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, penulis menyarankan:

1. Agar kiranya pihak kaskus *online shop* dapat merespon kembali tentang pentingnya kepercayaan konsumen yang berbelanja di *websitenya* dengan forum diskusi dan jual beli terbesar di Indonesia karena hal ini dapat membentuk opini konsumen menyangkut eksistensi dari forum jual beli itu sendiri.
2. Penelitian ini kiranya perlu mendapat perhatian bagi kalangan akademisi dan perusahaan yang bergerak dalam pemasaran *online* sekiranya dapat meningkatkan kepercayaan konsumen mengingat proses jual beli terjadi tanpa bertatap muka secara langsung.
3. Penelitian ini akan lebih baik jika ditambahkan variabel-variabel pendukung yang diperoleh dari penelitian-penelitian dan referensi yang lain yang memungkinkan untuk menambah variabel yang dapat berpengaruh terhadap motif belanja seperti: promosi, produksi, harga, dan lain-lain.
4. Kiranya waktu yang dipakai dalam menyusun penelitian lebih lama dan dapat diberikan kesempatan untuk melihat lingkup perusahaan yang lebih luas sehingga hasil penelitian yang diperoleh akan lebih maksimal.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2005. Manajemen Penelitian. Jakarta : Rineka Cipta.
- Azwar, Saifuddin, 1997. Reliabilitas dan Validitas. Yogyakarta: Pustaka pelajar.
- Bachman, R dan Zaher, A. 2006. *Handlbook of Trust Research*. Edwad Elgar PublishingInc : USA.
- Fukuyama F. Trust, 1995. Trust ; the social virtues and the creation of prosperity online. New York : Free Press
- Jung-Eun Lee, Kyu-Hye Lee. 2009. "Purchase Motivies, Use of Information Source, And Decision Mking Styles Of Online Clothing Shoppers" *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles Vol.33, No.6*
- Keefe O, EachernMc. 1998. "Enclopdia of E-Commerce, E-Government, and Mobile Commerce". [www.booksgoogle.co.id](http://www.booksgoogle.co.id). 2006
- Kim, H. W, et al, 2004. A Comparison of Online Trust Building Factors between Potential Costumer. *Journal of the Association for Information Systems*, Vol. 5, No. 10
- Lau, G. dan Lee, S. 1999. "Consumers trust in a brand and link to brand loyalty". *Journal of Market Focused Management*.
- Laohanpingsang, O. 2009. "factor ibfluencing internet shopping behavior. a survey of consumers in Thailand." *journal of fashion marketing and management* vol. 13 No.4,2009 pp.501-513
- Mujiyana. 2009. Pengaruh Penerapan Periklanan di Internet dan Keputusan pembelian oleh Konsumen.
- Nazir, Mohammad. 1998. Metode Penelitian. Jakarta Ghalia Indonesia
- Ollie, 2008. Membuat toko online dengan multiply. Jakarta: Media kita
- Purwanto, Asih, 2008. Jurnal Pengaruh Kulaitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Barang. Skripsi. Surakarta
- Riduwan dan Sunarto. 2010. *Pengantar Statistik*. Jakarta : Alfabeta.
- Schurr, Paul H, and Ozanne, Julie L.,1985. Influences on Exchange Processes; Buyers' Preconceptions of a Seller's Trustworthiness and Bargaining Toughness. *Journal of Consumer Research*.

- Subagyo, Joko. 2006. Metode Penelitian: Dalam Teori dan Praktek. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugiyono. 2011. "Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D". Bandung: Alfabeta
- Suhartini. 2011. Analisis Pengaruh Kualitas Website Online Shop Yang Mempengaruhi Konsumen Untuk Belanja Online. Skripsi. Universitas Diponegoro
- Sularto, Lana. 2004. Pengaruh Privasi, Kepercayaan, dan Pengalaman Terhadap Niat beli Konsumen Melalui Internet. Skripsi. Unsrat
- Utami, Chrisitna. 2010. Manajemen Ritel. Jakarta : Salemba Empat
- Westbrook, R.A, dan Black, W.C. 1985 "A Motivation Based Shopper Typology, Journal of Retailing, Vol.61, pp.78-103.
- <http://zonawifi.co.id/tag/jumlah-pengguna-internet-di-tanah-air/>. Di akses bulan januari 2015
- <http://www.internetworldstats.com>. Di akses bulan januari 2015
- <http://www.kaskus.co.id>. Diakses bulan januari 2015
- <http://www.okezone.com>. Diakses bulan desember 2014
- <http://www.wikipedia.com>. Diakses bulan desember 2014, januari, februari 2015