

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

Privasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada Toko Online Shopee.co.id. Hal ini dikarenakan shopee sangat melindungi privasi konsumen dari adanya penyalahgunaan data pribadi. Adanya tingkat kepedulian data diri konsumen oleh toko online shopee.co,id juga membuat konsumen tertarik dan ingin melakukan transaksi penjualan dan pembelian di toko online tersebut

Kepercayaan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat beli konsumen pada Toko Online Shopee.co.id. Kepercayaan konsumen timbul dikarenakan shopee sangat selektif dan ketat dalam melakukan transaksi baik dengan pemilik barang maupun dengan konsumen.

Setelah melakukan pengujian regresi berganda maka ditemukan bahwa privasi dan kepercayaan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada toko online Shopee.co.id dengan nilai determinan sebesar 48,80%. Sedangkan sisanya sebesar 51,20% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti kualitas produk, kesesuaian produk pada gambaran dan realita, harga jual, promosi serta kemudahan pembayaran.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan di atas, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Sebaiknya toko online Shopee.co.id terus meningkatkan enkripsi data pribadi konsumen kemudian terus melakukan inovasi sistem agar lebih aman agar tidak mudah digunakan oleh orang yang tidak bertanggung jawab atas data pribadi konsumen tersebut. Adanya privasi yang baik terhadap data pribadi konsumen maka segala bentuk transaksi akan lebih aman dan menimbulkan kepercayaan konsumen yang akhirnya akan berdampak pada tingginya preferensi konsumen dalam melakukan pembelian pada toko online Shopee.co.id
2. Sebaiknya toko online Shopee.co.id lebih memperhatikan kepercayaan dalam situsnya terutama dalam kepercayaan bertransaksi antara penjual dan pembeli, karena peubah kepercayaan merupakan peubah yang paling memengaruhi minat beli pada penelitian ini. Hal ini berarti persepsi pengguna atas kepercayaan suatu sistem *e-commerce* cukup sensitif terhadap minat beli pengguna pada suatu situs toko online Shopee.co.id.
3. Sebaiknya ada peningkatan minat beli yang dapat dilakukan oleh manajemen Toko Online Shopee.co.id dengan terus melakukan inovasi pada *e-commerce* yang dibangun terutama pada pelayanan dan membangun kemitraan yang lebih luas dengan para penyedia barang agar produk dan jasa yang tersedia jauh lebih beragam.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Rajawali Pers.
- Al-Rasyid. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Altman, Irwin. 2012. *The Environment and Social Behaviour : Privacy, Personal, Space, Territory and Crowding*, Monterey, Brooks/ Cole, California, p24.
- Anggara., Eddyono, Widodo Supriyadi., & Djafar, Wahyudi. 2015. *Menyeimbangkan Hak: Tantangan Perlindungan Privasi dan Menjamin Akses Keterbukaan Informasi dan Data di Indonesia*. Jakarta: Institute for Criminal Justice Reform.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assael, H. 2014. *Consumer Behavior: A Strategic Approach, 6thed*. Boston, MA: Houghton Mifflin Company.
- Barnes, James G. 2015. *Secrets Of Customer Relationship Management*. Yogyakarta: ANDI.
- Belanger, F., Hiller, S. Janine., & Smith, J. Wanda. 2002. 'Trustworthiness in Electronic Commerce: The Role of Privacy, Security, and Site Attributes'. *Strategic Information System*, p248.
- Chen, S. C. & Dhillon, G. S. 2003. Interpreting Dimensions of Consumer Trust in eCommerce, *Information Technology and Management*. Vol. 4, No. 3, 303, 315. [<https://link.springer.com/article/>].
- Chiu, Shao-I. 2014. The relationship between life stress and smartphone addiction on taiwanese university student: A meditation model of learning self efficacy and social efficacy. *Computers in Human Behavior*. (34): 49-57. [www.scirp.org/www.scirp.org/].
- Claire, Howell. 2014. *Foundations Of Problem Based-Learning*. London: MPG Books Ltd.
- Dewi, Sutrisna. 2007. *Komunikasi Bisnis*. Yogyakarta: ANDI OFFSET.
- Durianto, dkk. 2013. *Invasi Pasar dengan Iklan yang Efektif : Strategi, Program, dan Teknik Pengukuran*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Gana, Attahiru Matthew., & Koce, Diko Henry. 2016. The Influence Of Trust and Privacy Concerns On Consumers' Purchase Intention. *International Journal of Marketing Studies*, Vol. 8, No. 2. [www.ccsenet.org/journal/index.php/ijms/article/view/]

- Gefen D. 2012. Customer Loyalty in E-Commerce. *International Journal of the Association for Information Systems*. 3(1): 27-51. [www.scirp.org/(S(351jmbntvnsjt1aadkposzje))/reference/ReferencesPapers].
- Ghosh, K. Anup. 2016. *E-commerce Security and Privacy*. Massachusetts: Kluwer Publishing.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Halim, Peter., Bambang Swasto, Djamhur Hamid dan M. Riza Firdaus. 2014. The Influence of Product Quality, Brand Image, and Quality of Service to Customer Trust and Implication on Customer Loyalty (Survey on Customer Brand Sharp Electronics Product at the South Kalimantan Province). *European Journal of Business and Management*, Vol. 6, No. 29. [https://iiste.org/Journals].
- Harlan, Dwimastia. 2014. “Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Risiko Persepsian Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan E-Banking Pada UMKM di Kota Yogyakarta”. *Skripsi*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Johnson dan Christensen. 2012. *Educational Research 4th Edition Quantitative, Qualitative, and Mixed Approaches*: Sage Publication Inc, USA.
- Kinasih, B.S., dan Albari. 2012. Pengaruh Persepsi Keamanan dan Privasi Terhadap Kepuasan dan Kepercayaan Konsumen Online. *Siasat Bisnis*, Vol, 16, No.1, Januari. [https://journal.uii.ac.id/JSB/].
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary .2014. *Principles of Marketing*, 12th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2014. *Marketing Management New Jersey*: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. 2014. *Marketing for Hospitality and Tourism*. 5th edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip and Kevin, Lane Keller. 2016: *Marketing Management*, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Lai, I. K. (2014). The roles of value, satisfaction, and commitment in the effect of service quality on customer loyalty in Hong Kong–style tea restaurants.

- Cornell Hospitality Quarterly*, 56(1), 118-138. [https://journals.sagepub.com].
- Lim *et al.* 2011. How Do I Trust You Online, and If So, Will I Buy?: An Empirical Study on Designing Web Contents to Develop Online Trust. *International Journal of Management Information Systems*. 23(2): 233-266. [https://www.tandfonline.com].
- Lucas, D. B., & Britt, S. H. 2012. *Measuring Advertising Effectiveness*. New York: McGraw-Hill.
- Malhotra, Naresh. 2014. *Basic Marketing Research*. Pearson Education. England.
- Marlien, R.A., dan Probo. 2010. Pengaruh Reputasi, Privasi Dan Keamanan Terhadap Kepercayaan (Trust) Pengguna Internet di Semarang Dalam Sistem E-Commerce. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. *Manajemen dan Bisnis*, Vol. 14, No. 2, 92-99, Desember. [journals.ums.ac.id].
- Mauludiyahwati, Septi. 2017. Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Risiko Menggunakan E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Skripsi*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- McKnight, D. Harrison, Vivek Choudhury, and Charles Kacmar. 2002. Developing and Validating Trust Measure for E-Commerce: An Integrative Typology. *Information System Research*. Vol. 13, p344-359. [https://dl.acm.org/].
- Mulyana, Fitra Yusuf. 2016. Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Risiko, dan Keamanan Terhadap Minat Beli Konsumen pada Toko Online. *Skripsi*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Muslim, Abdul. 2019. *2019 Pengguna Internet Tembus 175 Juta*. [Online]. Tersedia: <https://investor.id/telecommunication/2019-pengguna-internet-tembus-175-juta>. Html [10 Februari 2019].
- Mowen dan Minor. 2013. *Perilaku Konsumen*, Jilid 1, Edisi Kelima. Jakarta: Erlangga.
- Narimawati, Umi. 2007. *Riset Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Agung Media.
- Nugraha, B. A. 2013. Persepsi Terhadap Store Atmosphere Dengan Minat Beli Konsumen Di Hypermarket. *Jurnal Online Psikologi*, Vol. 1(2), hal 515-528. [ejournal.umm.ac.id/].
- Nuzar, Irwansyah. 2018. *Survey Pengguna Internet Indonesia 2017, Chatting dan Socmed Tinggi*. [Online]. Tersedia: <http://teknopreneur.com/2018/02/19/survei-pengguna-internet-indonesia-2017-chatting-dan-socmed-tinggi/>. Html [10 Februari 2019].

- Park, Chung-Hoon, and Young-Gul Kim. 2006. "The Effect of Information Satisfaction and Relational Benefit on Consumers Online Site Commitments". *Journal of Electronic Commerce in Organizations*, Vol. 4, No. 1, Page 70 – 90. [<https://www.researchgate.net/publication/>].
- Pavlou, P. A., dan Gefen, D. 2002. Building Effective Online Marketplaces with Institution-based Trust, Proceedings of Twenty-Third International Conference on Information Systems, pp. 667-675. [<https://pubsonline.informs.org/>].
- Prasetyo, Agung Sony. 2015. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan serta Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang. *Skripsi*. Universitas Diponegoro.
- Putri, Widhia Ananda. 2015. *Shopee Pendatang Baru di Mobile Marketplace*. [Online]. Tersedia: <https://swa.co.id/youngster-inc/youngsterinc-startup/shopee-pendatang-baru-di-mobile-marketplace>. Html [10 Februari 2019].
- Richards, N dan Hartzog, W. 2016. 'Taking Trust Seriously in Privacy Law'. *Stanford Technology Law Review*, Vol.19:447. [<https://law.stanford.edu>].
- Rubianti ,R. 2014. Minat Membeli Di Media Online Ditinjau Dari Tipe Kepribadian. *Jurnal Online Psikologi*, Vol. 02 (1). [ejournal.umm.ac.id].
- Saidani, Basrah dan Samsul, Arifin. 2012. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Pada Ranch Market. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*. Jakarta, Vol. 3, No. 1, 1-22. [journal.unj.ac.id].
- Samuel, Amoah. 2016. "Managing School Discipline: The Students' and Teachers' Perception on Disciplinary Strategies". *British Journal of Psychology Research*. Vol.3, No.2, pp. 1-11. [haifa.academia.edu].
- Santoso, Singgih. 2012. *Panduan Lengkap SPSS Versi 20*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sarwono, Jonathan. 2007. *Analisis Jalur untuk Riset Bisnis dengan SPSS*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Schiffman, L.G. dan Kanuk, L.L. 2014. *Perilaku Konsumen*. PT. Indeks. Jakarta.
- Sekaran, U. 2011. *Research Methods for Business Ed 1 and 2*. Jakarta (ID): Salemba Empat.
- Setyorini, Eka. 2017. Pengaruh Privasi, Kepercayaan, Kemudahan, Persepsi Manfaat dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Secara Online. *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.

- Sugara, Anang dan Dewantara, Yudhi Rizki. 2017. Analisis Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Penggunaan Sistem Transaksi Jual Beli Online. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 52(1): 8. [administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id].
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukma, AA. 2012. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Social Networking Websites. *Jurnal Ekonomi Manajemen*. 1(1): 1-11. [<https://docplayer.info>].
- Syaifudin, Muhammad. 2014. Analisis Pengaruh Privasi Keamanan Dan Kepercayaan Terhadap Niat Untuk Bertransaksi Secara Online Di OLX.co.id. *Jurnal Manajemen Pemasaran*.
- Tilaar, Florida., Lopian, Joyce S.L.H.V., & Roring, Ferdy. 2018. Pengaruh Kepercayaan, dan Motivasi Terhadap Minat Beli Pengguna Shoppe Secara Online Pada Anggota Pemuda Gmim Zaitun Mahakeret. *Jurnal EMBA*, Vol. 6, No. 4. [<https://ejournal.unsrat.ac.id>].
- Zulian, Yamit. 2016. *Manajemen Kualitas Produk & Jasa*. Yogyakarta: Ekonisia.