BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan penelitian yang telah dilakukan terkait dengan pengaruh kepercayaan, keamanan, dan kualitas pelayanan terahadap keputusan barang melalui situs jejaring sosial pada Asrama Putri Al-Hikmah Kedungwaru Tulungagung, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kepercayaan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian barang melalui situs jejaring sosial, artinya semakin tinggi persepsi kepercayaan konsumen terhadap situs jejaring sosial maka semakin tinggi pula keputusan pembelian barang konsumen dalam melakukan pembelian di situs jejaring sosial.
2. Keamanan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian barang melalui situs jejaring sosial, artinya semakin tinggi persepsi keamanan konsumen terhadap situs jejaring sosial maka semakin tinggi pula keputusan pembelian barang konsumen dalam melakukan pembelian di situs jejaring sosial.
3. Kualitas Pelayanan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian barang melalui situs jejaring sosial, artinya semakin tinggi persepsi kualitas pelayanan konsumen terhadap situs jejaring sosial

maka semakin tinggi pula keputusan pembelian barang konsumen dalam melakukan pembelian di situs jejaring sosial.

4. Jika dilakukan pengujian secara serentak pada ketiga variabel independen yaitu kepercayaan, keamanan, dan kualitas kepercayaan terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian barang, maka hasilnya menunjukkan bahwa persepsi dari ketiga variabel secara serentak memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian barang secara Online melalui situs jejaring sosial pada mahasantri Asrama Al-Hikmah Kedungwaru Tulungagung.

B. Saran

Berdasarakan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan di atas, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Akademik

   Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi dan dokumentasi bagi pihak kampus sebagai bahan acuan penelitian yang akan datang. Selain itu, diharapkan agar pihak kampus lebih menambah lagi refernsi-referensi, baik berupa jurnal atau buku-buku tentang jual beli elekronik atau E-commerce.

2. Bagi Praktisi

a. Bagi Penulis

Sebagai Penambah wawasan penulis dalam pemahaman mengenai persepsi Kepercayaan, Keamanan, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian.

b. Bagi Asrama Putri Al-Hikmah Kedungwaru Tulungagung

Penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan bagi pihak Asrama Putri Al-Hikmah Kedungwaru Tulungagung sehingga mengetahui pembelian online sebelum memutuskan melakukan pembelian barang melalui situs jejaring sosial.

c. Bagi Penleitian yang Akan Datang

Bagi penelitian yang akan datang dianjurkan untuk menambah lagi variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian, seperti resiko , tampilan produk, perceived Quality, dan tingkat harga.