

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang sudah dijelaskan dalam penelitian ini, maka diperoleh simpulan sebagai berikut:

1. Variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Apabila kepercayaan terwujud dari sebuah produk yang memenuhi harapan dan kebutuhan konsumen yang merasa puas, maka konsumen akan lebih yakin, percaya, dan meningkatkan keputusan pembelian konsumen.
2. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, maka semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan hal tersebut dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen.
3. Variabel pengalaman belanja berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, maka semakin baik, puas, dan senang pengalaman belanja yang dirasakan konsumen hal tersebut akan mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan harus memberikan kepercayaan, kualitas pelayanan dan pengalaman belanja yang lebih baik lagi, karena sangat penting sekali untuk meningkatkan pembelian konsumen. Sehingga dapat menciptakan citra yang positif bagi perusahaan.

2. Hasil jawaban responden atas kuesioner pada variabel kepercayaan diperoleh nilai kinerja terendah terletak pada indikator keandalan (*reliability*), pada pernyataan nomor 5 yaitu “Blibli.com mempunyai kualitas *website* yang cepat pada saat diakses” dengan skor 72,8%. Maka disarankan kepada pihak Blibli.com untuk memperbaiki kualitas *website* agar konsumen tidak menjadi malas Ketika membuka *website* yang dikunjungi membutuhkan waktu yang lama.
3. Hasil jawaban responden atas kuesioner pada variabel kualitas pelayanan diperoleh nilai kinerja terendah terletak pada indikator keandalan (*reliability*), pada pernyataan nomor 4 yaitu ‘Pelayanan pada pengiriman barang di Blibli tetap dilakukan pada saat hari libur’ dengan skor 74,6%. Maka disarankan kepada pihak Blibli.com untuk memperbaiki pelayanan pada pengiriman dihari libur tetap dilakukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan.
4. Hasil jawaban responden atas kuesioner pada variabel pengalaman belanja diperoleh nilai kinerja terendah terletak pada indikator senang dengan pengalaman berbelanja online sebelumnya, pada pernyataan nomor 4 yaitu “Blibli memberikan pengalaman belanja yang jarang membuat kecewa konsumen” dengan skor 74,8%. Maka disarankan kepada pihak Blibli.com untuk tidak memberikan kekecewaan kepada konsumen dan lebih diperbaiki lagi agar konsumen merasakan pengalaman yang memuaskan.