

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh *e-trust*, *online customer review* terhadap keputusan pembelian *commerce* Shopee di Kota Bengkulu, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh *e-trust* (X_1) terhadap keputusan pembelian (Y) pada *ecommerce* shopee di Kota Bengkulu dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($7,920 > 1,65882$) dengan demikian H_0 di tolak dan H_a diterima.
2. Terdapat pengaruh *online customer review* (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) pada *ecommerce* shopee di Kota Bengkulu dengan nilai signifikansi sebesar $0,004 < 0,05$ dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($7,883 > 1,65882$) dengan demikian H_0 di terima dan H_a ditolak
3. Terdapat pengaruh secara bersama-sama *e-trust* dan *online customer review* berpengaruh terhadap keputusan pembelian *ecommerce* shopee di Kota Bengkulu

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, terdapat beberapa hal yang bisa dipertimbangkan bagi pihak terkait, antara lain:

1. Bagi Pengelola *commerce* Shopee

Agar hasil penelitian dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi pengelola Tokopedia, agar dapat meningkatkan e-trust agar menjadikan tempat *commerce* Shopee lebih baik lagi untuk kemajuan kedepannya.

2. Bagi Penulis

Agar penelitian ini dapat menambah ilmu dan pengetahuan yang telah dipelajari dan agar penulis mampu mengembangkan kemampuan dalam menganalisa permasalahan dalam dunia pemasaran yang sebenarnya.

3. Bagi Peneliti Lainnya

Sebagai referensi yang dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan dalam melakukan penelitian dimasa yang akan datang, khususnya penelitian yang berkaitan dengan pemasaran *commerce* Shopee di Kota Bengkulu

