

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat dikemukakan beberapa kesimpulan penelitian sebagai berikut :

1. Kualitas *Website* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk fashion wanita pada media sosial onlineshop di kota padang
2. Kepercayaan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk fashion wanita pada media sosial onlineshop di kota padang .
3. Kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk fashion wanita pada media sosial onlineshop di kota padang .
4. Harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk fashion wanita pada media sosial onlineshop di kota padang .

5.2 Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari bahwa skripsi yang telah dilaksanakan ini masih memiliki beberapa kelemahan yang disebabkan adanya keterbatasan yang peneliti temukan dalam penyusunan skripsi ini. Adapun keterbatasannya seperti yang peneliti sampaikan diakhir penulisan ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini hanya menganalisis kualitas *website*, kepercayaan, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian, jadi disarankan untuk peneliti berikutnya untuk menambah variabel lainnya yang dapat menjelaskan lebih mendalam tentang keputusan pembelian.

2. Objek penelitian ini hanyalah produk *fashion* wanita pada Media Sosial onlineshop. Jadi disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk dapat mengambil objek penelitian yang lain agar kajian tentang kualitas *website*, kepercayaan, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian dapat dipahami secara mendalam.

5.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh di atas, untuk dapat meningkatkan keputusan pembelian, maka disarankan sebagai berikut:

1. Dalam upaya untuk memperbaiki kualitas website maka disarankan pada pihak pemilik media sosial onlineshop untuk memperhatikan informasi yang disampaikan harus akurat dan bisa dipercaya dengan cara informasi tersebut harus sesuai dengan apa yang diterima konsumennya
2. Dalam upaya untuk memperbaiki kepercayaan maka disarankan pada pihak pemilik media sosial onlineshop untuk memperhatikan kepercayaan konsumen bahwa onlineshop produk *fashion* wanita di media sosial adalah tempat belanja *online* yang berkualitas dengan cara pemilik onlineshop mengirimkan produk pesanan konsumen sesuai dengan yang dideskripsikan.
3. Dalam upaya untuk memperbaiki kualitas produk maka disarankan pada pihak pemilik media sosial onlineshop untuk memperhatikan setiap produk *fashion* wanita yang dijual harus sesuai dengan kualitas mereknya dengan cara para penjual mendeskripsikan produk sesuai dengan mereknya.

4. Dalam upaya untuk memperbaiki harga maka disarankan pada pihak pemilik media sosial onlineshop untuk memperhatikan harga produk *fashionwanita* di media sosial sesuai dengan harga terdaftarnya dengan cara produk tersebut harganya dijelaskan pada konsumen sesuai dengan harga terdaftar dan tidak dilakukan penambahan harga ketika terjadi transaksi pembelian barang.