

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, analisis data dan pembahasan, maka diambil simpulan:

1. Kepercayaan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian online di bukalapak oleh Mahasiswa Bung Hatta Padang.
2. Kemudahan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian online di bukalapak oleh Mahasiswa Bung Hatta Padang.
3. Persepsi resiko berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian online di bukalapak oleh Mahasiswa Bung Hatta Padang.

5.2. Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari bahwa penelitian yang dilakukan pada saat ini masih memiliki sejumlah kelemahan yang di sebabkan oleh adanya keterbatasan yang peneliti miliki selama melakukan penelitian ini. Keterbatasan tersebut meliputi:

1. Ukuran sampel relatif kecil sehingga mempengaruhi hasil penelitian yang diperoleh saat ini.
2. Penelitian ini hanya menggunakan variabel kepercayaan, kemudahan, dan persepsi resiko saja sebagai variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian,

5.3. Saran

Berdasarkan hasil penelitian analisis data dan pembahasan, maka peneliti menyatakan sebagai berikut :

1. Bukalapak diharapkan untuk terus menjaga dan meningkatkan kepercayaan dengan terus berinovasi supaya konsumen percaya terhadap produk-produk yang

di pasarkan oleh marketplace bukalapak, sehingga konsumen memutuskan pembelian online di marketplace bukalapak.

2. Bukalapak diharapkan untuk terus menjaga dan meningkatkan kemudahan dalam menggunakan bukalapak sebagai tempat berbelanja online, kemudahan untuk mengakses bukalapak sangat di perlukan sekali supaya konsumen tidak kesulitan dalam menggunakan bukalapak.
3. Bukalapak diharapkan untuk meng upgrade dan melakukan *meitanence* terhadap aplikasinya secara berkala agar kinerja aplikasinya terus meningkat dan juga terus meng-*update* sistem terbaru agar mengurangi resiko terhadap keputusan pembelian dengan menggunakan bukalapak.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W & Jogiyanto. (2019). *Konsep dan Aplikasi PLS (Partial Least Square) Untuk Penelitian Empiris*. Fakultas Ekonomi, Universitas Gadjah Mada.
- Agatha, Maria. (2019). *Analisis Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Batik Barong Gung Tulungagung*, 9.
- Ainur Rofiq. (2007). *Pengaruh Dimensi Kepercayaan (Trust) Terhadap Partisipasi Pelanggan E-Commerce (Studi Pada Pelanggan Ecommerce Di Indonesia)*. Tesis. Program Pasca Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya. Malang.
- Aziz, V. R. A. (2015). *Pengaruh Persepsi Risiko Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Secara Online Melalui Blackberry Messenger (BBM)*. *EJournal Psikologi*, 4(1), 95–106.
- Charles W. Lamb, Joseph F. Hair, Carl Mcdaniel. (2001). *Pemasaran*. Edisi Pertama, Salemba Empat: Jakarta.
- Chen, Y.S., Lin, M.J.J. and Chang, C.H. (2009). *The positive effects of relationship learning and absorptive capacity on innovation performance and competitive advantage in industrial markets*. *Industrial Marketing Management*.
- Colquitt, J. A., LePine, J. A., & Wesson, M. J. (2018). *Organizational Behavior: Improving Performance and Commitment in the Workplace*. In Practice Development in Health Care (6th ed., Vol. 4, Issue 4). <https://doi.org/10.1002/pdh.22>. Darden Graduate School of Business, University of Virginia, Chenm@Darden.Virginia.edu
- Davis, F.D, Bagozzi dan Warshaw. (1989). *User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models*. *Journal of Management Science* Vol. 35
- Davis, F.D. (1986). *A Technology Acceptance Model for Empirically Testing New End User Information System: Theory and Results*. Dissertation. Sloan School of Mnaagement, Massachusetts Institute of Technology.
- Erna, Ferrinadewi. (2008). *Merek & Psikologi Konsumen Implikasi pada Strategi Pemasaran*,. Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Firmansyah, M. Anang. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Gunawan, Hendra, dan Kartika, Ayuningtiyas. (2018). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Daring Di Aplikasi Bukalapak Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Batam*. *Journal Of Applied Business Administration* 2 (1): 152–65. <https://doi.org/10.30871/jaba.v2i1.763>.
- Hair, et al. (2014). *Multivariate Data Analysis, New International Edition*. New Jersey : Pearson
- Hartono, Jogiyanto. (2007). *Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman*. Edisi 2007. BPFE. Yogyakarta
- Hartono, Jogiyanto. (2016). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Edisi Kesepuluh. Yogyakarta.
- Haryani, Dwi Septi. (2019). *Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Online di Tanjungpinang*. *Dimensi* Vol.8 No.2 Periode Juli 2019.
- Haryanto, Rudi. (2009). *Cerdas Jelajah Internet*. Jakarta : Kriya Pustaka.
- Hawkins, D.I., dan Mothersbaugh, D.L. (2010). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. 11th edition. McGraw-Hill, Irwin

- Horppu, M., Kuivalainen, O., Tarkiainen, A. and Ellonen, H. (2008). *Online Satisfaction, Trust and Loyalty, and the Impact of the Offline Parent Brand*. Journal of Product & Brand Management, 17, 403-413. <https://doi.org/10.1108/10610420810904149>
- Iskandar, Dani dan Muhammad Irfan Bahari Nasution. (2019). *Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Online Shop Lazada (Studi Kasus Pada Mahasiswa/i FEB UMSU)*. Jurnal Proseding Seminar Nasional Kewirausahaan, 1 (1): 128- 137.
- Kotler, Amstrong (2004). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jilid I Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta: PT. Indeks.
- Koufaris, M. and Hampton-Sosa, W. (2004). *The Development of Initial Trust in an Online Company by New Customers*. Information and Management, 41, 377-397. <http://dx.doi.org/10.1016/j.im.2003.08.004>
- Kurniawan dalam Mulyadi dkk. (2018). *Administrasi Publik Untuk Pelayanan Publik*. Bandung: Alfabeta.
- Lutfi annisa fira, friska dkk. (2020). *Jurnal Administrasi dan Manajemen Pendidikan: Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Menarik Minat Masyarakat Melalui Program Khusus*. (393): 150-160
- Maharani, Astri Dhiah. (2010). *Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Mega Semarang*. Skripsi Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Skripsi : Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang
- Mangkunegara, Anwar Prabu. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Masoud, Y. M. (2013). *The Effect of Perceived Risk on Online Shopping in Jordan*. European Journal of Business and Management. Vol.5, No. 6
- Rizki, Gusti Chandra, Komang Ayu Nocianitri, dan I Made Sugitha. (2019). *Pengaruh Penambahan Tepung Ubi Jalar Ungu (Ipomea Batatas L. Var. Ayamurasaki) Terhadap Karakteristik Health-Promoting Yogurt*. Jurnal Ilmu dan Teknologi Pangan (ITEPA) 8 (4): 341. <https://doi.org/10.24843/itepa.2019.v08.i04.p01>.
- Sari, Yunita, dkk. (2013). *Rancang Bangun Aplikasi Pemesanan Makanan dan Minuman Pada Ketty Berbasis Client Server dengan platform Android*. Palembang: STMIK GI MDP
- Schiffman dan Kanuk. (2008). *Perilaku Konsumen*. Edisi 7. Jakarta: Indeks
- Schiffman G. Leon & Wisenblit L. Joseph. (2015). *Consumer Behavior*. Eleventh Edition. England: Pearson Education
- Schiffman, L.G., & Kanuk, L.L. (2010). *Consumer Behaviour*. 10th ed. New Jersey, Pearson Prentice Hall.
- Setiadi. (2013). *Konsep dan Praktek Penulisan Riset Keperawatan (Ed.2)* Yogyakarta: Graha Ilmu
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang. (2003). *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Cetakan Pertama, Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Tambunan, Bunga Yohana, Sentosa Ginting, dan Linda Masniary Lubis. (2017). *Pengaruh Suhu Dan Lama Pengeringan Terhadap Mutu Bubuk Bumbu Sate Padang*. No. 2: 9.

- Tjiptono, Fandy. (2006). *Strategi Pemasaran*. Edisi I. Yogyakarta: Andi Offset.
- Zainul Hidayat & Muchamad Taufik. (2012). *Pengaruh Lingkungan Kerja dan Disiplin Kerja Serta Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kabupaten Lumajang*. Maret 2, no. 1: 80–97.
- Zulfa, L., & Hidayati, R. (2018). *Analisis pengaruh Persepsi Risiko, Kualitas Situs Web, Pembelian Konsumen E-Commerce Shopee di Kota Semarang*. Diponegoro Journal of Management, 7(3), 1–11.