

## BAB V SIMPULAN

### 5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data diperoleh simpulan sebagai berikut:

1. Pengujian hipotesis pertama ( $H_1$ ) diterima, artinya *web quality* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *web quality* pada konsumen akan mampu mendorong keputusan pembelian pada pengguna Tokopedia di Kabupaten Kebumen.
2. Pengujian hipotesis kedua ( $H_2$ ) diterima, artinya reputasi vendor berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi reputasi vendor pada konsumen akan mampu mendorong keputusan pembelian pada pengguna Tokopedia di Kabupaten Kebumen.
3. Pengujian hipotesis ketiga ( $H_3$ ) diterima, artinya ulasan produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi ulasan produk pada konsumen akan mampu mendorong keputusan pembelian pada pengguna Tokopedia di Kabupaten Kebumen.
4. *Web quality*, reputasi vendor, dan ulasan produk secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti *web quality*, reputasi vendor, dan ulasan produk saling berhubungan dan berkaitan yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

## 5.2. Keterbatasan

Penelitian telah dilaksanakan sesuai dengan prosedur ilmiah namun masih memiliki banyak kekurangan dan keterbatasan diantaranya adalah sebagai berikut ini mempunyai keterbatasan, oleh karena itu keterbatasan ini perlu diperhatikan untuk peneliti-peneliti selanjutnya, keterbatasan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dalam penelitian ini hanya terdiri dari tiga variabel, yaitu *web quality*, reputasi vendor, dan ulasan produk, sedangkan masih banyak faktor lain juga yang mempengaruhi keputusan pembelian.
2. Keterbatasan kemampuan penulis dengan kuisisioner yaitu terkadang sampel tidak mau mengisi kuisisioner yang diberikan oleh penulis.
3. Adanya keterbatasan penelitian menggunakan kuisisioner yaitu terkadang jawaban yang diberikan oleh sampel tidak menunjukkan keadaan sesungguhnya.
4. Keterbatasan kemampuan dan pengetahuan penulis sehingga dalam penelitian ini masih kurang maksimal.

## 5.3. Implikasi

Implikasi dalam penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu implikasi praktis dan implikasi teoritis adalah sebagai berikut:

### 5.3.1 Implikasi Praktis

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan pada bab-bab sebelumnya, maka hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi implikasi praktis sebagai berikut:

- a. *Web quality* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Perusahaan yang bergerak di bidang serupa untuk mengelola *website* mereka dengan baik guna meningkatkan kualitas *website* yang mereka miliki. Sehingga, semakin baik atau kualitas *website* yang mereka miliki maka semakin tinggi pula peluang konsumen untuk melakukan keputusan pembelian di *website* mereka.
- b. Reputasi vendor berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Dengan adanya fitur penilaian yang disediakan perusahaan dalam situs belanja konsumen dapat membagikan pengalaman mereka setelah melakukan pembelian di suatu toko online. Toko online yang mempunyai reputasi baik akan meningkatkan keinginan untuk melakukan keputusan pembelian.
- c. Ulasan produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Perusahaan yang memiliki barang dengan kualitas bagus tentu akan memiliki nilai jual yang lebih tinggi dibandingkan dengan barang yang biasa. Maka, semakin bagus ulasan atau penilaian produk yang dimiliki konsumen maka akan meningkatkan keinginan untuk melakukan keputusan pembelian.

### 5.3.2 Implikasi Teoritis

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan pada bab-bab sebelumnya, maka hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi implikasi teoritis sebagai berikut:

- a. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *web quality* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada pengguna Tokopedia di Kabupaten Kebumen. Penelitian ini sejalan dengan teori dari Barnes dan Vidgen (2002) bahwa *web quality* adalah sebuah instrument yang dikembangkan untuk menilai kegunaan, informasi dan kualitas interaksi dari jasa website internet. Hal tersebut didukung penelitian yang dilakukan oleh S Solihin, dan S Zuhdi (2021), yang menyatakan bahwa *web quality* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.
- b. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa reputasi vendor berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada pengguna Tokopedia di Kabupaten Kebumen. Penelitian ini sejalan dengan teori dari Xu dan Yadav (2003), Li Browne dan Chau (2006) bahwa reputasi vendor merupakan suatu umpan balik yang dapat menguatkan sikap seseorang terhadap belanja online. Penjual yang memiliki *track record*, umpan balik yang positif dan testimonial yang baik maka mampu menguatkan sikap konsumen untuk melakukan pembelian online. Hal tersebut didukung penelitian yang dilakukan oleh MA Zamzami, N Hidayati, Afi Rahmat Slamet

(2021) yang menyatakan bahwa reputasi vendor berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

- c. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ulasan produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada pengguna Tokopedia di Kabupaten Kebumen. Penelitian ini sejalan dengan teori dari Spink (2002) dalam Nurul, dkk (2019) bahwa ulasan produk merupakan ulasan yang diberikan oleh pelanggan pada produk tersebut. Adanya ulasan produk yang positif maka akan menarik konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Hal tersebut didukung penelitian yang dilakukan oleh K Ilmiah, I Krishernawan (2020) yang menyatakan bahwa ulasan produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

