

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Secara parsial kepercayaan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Potensi Utama dalam belanja online pada sosial media Instagram
2. Secara parsial keamanan transaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Potensi Utama dalam belanja online pada sosial media Instagram
3. Secara parsial persepsi resiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Potensi Utama dalam belanja online pada sosial media Instagram
4. Secara simultan kepercayaan konsumen, keamanan transaksi dan persepsi resiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Potensi Utama dalam belanja online pada sosial media Instagram

5.2 Saran

Saran yang dapat diberikan dari penelitian tentang pengaruh kepercayaan konsumen, keamanan transaksi dan persepsi resiko terhadap keputusan pembelian Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Potensi Utama dalam belanja online pada sosial media Instagram

1. Bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis diharapkan dapat digunakan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan konsumen, keamanan transaksi dan persepsi resiko terhadap keputusan pembelian
2. Bagi Universitas Potensi Utama diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang akan dilakukan oleh mahasiswa/i Universitas Potensi Utama

Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan agar dapat menambah referensi dalam penelitian yang akan dilakukan selanjutnya dan diharapkan untuk menambah variabel-variabel lainnya yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian