

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Faktor-faktor yang memengaruhi minat belanja di *e-commerce* adalah kepuasan pelanggan dan *brand credibility*. Faktor kepuasan pelanggan terdiri dari kemudahan, kenyamanan, harga, keamanan, pengalaman, dan kualitas produk, sedangkan faktor *brand credibility* mencakup reputasi vendor, promosi, citra merek, dan kepercayaan. Faktor yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap minat belanja di *e-commerce* adalah kepuasan pelanggan dengan kontribusi sebesar 59,789%. Sementara itu, faktor *brand credibility* juga memberikan kontribusi pengaruh sebesar 11,159% terhadap minat belanja di *e-commerce*.

5.2 Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat dikemukakan implikasi sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu di bidang pendidikan ekonomi dan perilaku konsumen, khususnya mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat belanja di *e-commerce*. Temuan penelitian ini memperkuat teori-teori sebelumnya yang menyatakan bahwa keamanan, kemudahan, kualitas produk, dan kepuasan pelanggan berperan penting dalam membentuk minat belanja *online*. Dengan demikian, penelitian ini dapat dijadikan referensi

tambahan bagi pengembangan kajian ilmiah yang berkaitan dengan perilaku konsumen digital di era ekonomi modern.

2. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi mahasiswa agar lebih bijak dan selektif dalam berbelanja *online* dengan mempertimbangkan keamanan, kualitas produk, dan ulasan konsumen. Selain itu, bagi pelaku *e-commerce*, hasil penelitian ini dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas layanan, keamanan transaksi, dan kepuasan pelanggan guna mempertahankan kepercayaan konsumen. Penelitian ini juga dapat dimanfaatkan oleh pihak akademik sebagai bahan pembelajaran pada mata kuliah yang relevan dengan perilaku konsumen dan ekonomi digital.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian ini, saran-saran yang diberikan dari peneliti adalah:

1. Bagi pelaku bisnis *e-commerce*, diharapkan dapat terus meningkatkan kualitas layanan yang berfokus pada kepuasan pelanggan seperti menyediakan navigasi yang mudah, sistem pembayaran yang aman, dan kualitas produk yang sesuai dengan deskripsi. Selain itu, pelaku usaha juga perlu membangun *brand credibility* melalui promosi yang konsisten, reputasi vendor yang baik, serta memperhatikan aspek kepercayaan konsumen.
2. Bagi mahasiswa, disarankan untuk menjadi pembeli yang bijak dengan memastikan reputasi dan keamanan platform *e-commerce* sebelum berbelanja. Mahasiswa juga perlu memanfaatkan fitur yang tersedia

dengan baik serta mempertimbangkan kualitas produk, harga, dan ulasan konsumen lain sebelum memutuskan untuk membeli.

3. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas ruang lingkup penelitian dengan menambah variabel yang relevan dan belum tercakup dalam penelitian ini, serta mempertimbangkan objek penelitian yang berbeda agar hasil yang diperoleh dapat lebih mendalam.