

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Perkembangan teknologi dalam perdagangan *elektronik (E-Commerce)* berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam memenuhi kebutuhannya. *E-Commerce* bukan hal yang asing dalam dunia bisnis, perkembangannya yang semakin cepat ini mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan transaksi perdagangan menggunakan media elektronik. Dalam penelitian ini dapat disimpulkan:

1. Perilaku konsumen yang meliputi variable Kelompok Referensi (X1), Budaya (X2), Kelas Sosial (X3), Kepercayaan (X4), Kepribadian (X5), Gaya hidup (X6), Harga (X7), dan Produk (X8) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap variable *E- Commerce (Y)*.
2. Perilaku konsumen yang meliputi variable Kelompok Referensi (X1), Budaya (X2), Kelas Sosial (X3), Kepercayaan (X4), Kepribadian (X5), Gaya hidup (X6), Harga (X7), dan Produk (X8) secara parsial hanya Kepercayaan (X4), Kepribadian (X5) yang berpengaruh secara parsial terhadap transaksi *E-Commerce(Y)*.

3. Dari kedelapan variable Kelompok Referensi (X1), Budaya (X2), Kelas Sosial (X3), Kepercayaan (X4), Kepribadian (X5), Gaya hidup (X6), Harga (X7), dan Kualitas Produk (X8) yang berpengaruh dominan terhadap *E-Commerce* (Y) adalah variable Kepercayaan (X4).

5.2 Saran

Penulis menyadari masih terdapat keterbatasan yang muncul dalam pelaksanaan penelitian ini. Oleh karena itu hasil penelitian ini belum dikatakan sempurna. Namun dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi. Berdasarkan hasil penelitian terdapat hal yang harus dilakukan lebih lanjut diantaranya:

1. Dari sisi Akademis
 - Melakukan penelitian dengan variabel ditambah (jumlah variabel bebas ditambah).
 - Dalam melakukan penelitian hendaknya dilakukan diberbagai tempat.
2. Dari sisi Perusahaan

Untuk perkembangan dalam dunia bisnis *E-Commerce* ini sangat diperlukan, karena tidak ada batas teritorial dalam perdagangan, pemasarannya yang luas dan terjangkau dan mudah diakses sehingga konsumen mudah dalam melakukan transaksi. E-commerce ini sangat baik diterapkan dalam perusahaan, perbankan, dan instansi pemerintah. Sehingga bisa memaksimalkan bisnis yang dijalankan dan dapat dijangkau konsumen.