

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan temuan analisis, kesimpulan berikut dapat ditarik dari penelitian ini :

1. Kualitas Informasi (X1) dan Persepsi Risiko (X2) secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada TikTok Shop. Hal ini dibuktikan dengan hasil pengujian diperoleh nilai F 12.702 dengan signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa Kualitas Informasi (X1) dan Persepsi Risiko (X2) berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada TikTok Shop. Akibatnya, hipotesis pertama diterima.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Kualitas Informasi (X1) dan memiliki koefisien regresi sebesar 0.203 terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) pada TikTok Shop dengan nilai t_{hitung} sebesar 2.865 dan tingkat signifikansi $0,007 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Informasi (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada TikTok Shop. Oleh karena itu, hipotesis kedua dapat diterima.
3. Berdasarkan hasil temuan, variabel Persepsi Risiko (X2) memiliki koefisien regresi sebesar 0,141 terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada TikTok Shop dan nilai t_{hitung} sebesar 2.461 dengan tingkat signifikansi $0,019 < 0,05$. Diketahui bahwa Persepsi Risiko (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada TikTok Shop. Oleh karena itu, hipotesis ketiga dapat diterima.

4. Kualitas Informasi (X1) dan Persepsi Risiko (X2) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada TikTok Shop, sesuai dengan koefisien determinasi (R_{square}) pada kasus ini sebesar 0,407. Angka tersebut menunjukkan bahwa kontribusi Kualitas Informasi (X1) dan Persepsi Risiko (X2) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada TikTok Shop sebesar 40,7% dan sisanya sebesar 59,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dieksplorasi dalam penelitian ini.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut :

1. Disarankan agar TikTok Shop lebih memperhatikan penjualan atau seller yang ada di TikTok Shop untuk meningkatkan kualitas informasi yang sesuai dengan fakta yang ada. Ini akan memungkinkan penjualan atau penjual di TikTok Shop untuk menjaga dan meningkatkan kualitas informasi, menjadikannya lebih bermanfaat dan memfasilitasi proses pengambilan keputusan bagi pelanggan.
2. Disarankan agar TikTok Shop lebih meminimalkan besaran risiko atau menurunkan persepsi konsumen terhadap risiko seperti transaksi, ketidakjelasan informasi konsumen, dan kerugian lainnya saat melakukan pembelian secara *online* di TikTok Shop. Bahkan mengirimkan barang yang secara konsisten tiba tepat waktu dan memenuhi keinginan dan harapan pelanggan.
3. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan hasil penelitian ini dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya, serta diharapkan penelitian yang selanjutnya

dapat mengembangkan atau mengganti variabel independen lainnya selain kualitas informasi dan persepsi risiko yang tentunya dapat mempengaruhi variabel dependen keputusan pembelian yang bertujuan untuk lebih melengkapi penelitian ini karena masih ada variabel-variabel independen lainnya seperti kepercayaan. Kepercayaan adalah penjual atau seller yang ada di TikTok Shop agar meningkatkan kejujuran dalam menjual produk di TikTok Shop, juga bisa mempertahankan teknologi atau sistemnya dan meningkatkannya agar semakin memudahkan pengguna TikTok.