

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilaksanakan di *facebook* maka peneliti dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan *online trust* terhadap keputusan pembelian *thrift shop* di *facebook*, yang berarti H1 diterima. Hal ini membuktikan bahwa dengan adanya *online trust* atau kepercayaan dan keyakinan di dalam diri pembeli maka hal tersebut akan meningkatkan keputusan pembelian.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan *purchase intention* terhadap keputusan pembelian *thrift shop* di *facebook*, yang berarti H2 diterima. Hal ini membuktikan bahwa semakin tinggi *purchase intention* atau niat beli maka keputusan pembelian juga ikut meningkat.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan *online trust* dan *purchase intention* terhadap keputusan pembelian secara simultan yang berarti H3 didalam penelitian ini diterima.
4. Kedua variabel independen *online trust* dan *purchase intention* mempunyai hubungan yang kuat terhadap keputusan pembelian yaitu sebesar 48 % sedangkan 52 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

B. SARAN

Dalam menjual *thrift shop* di *facebook*, penjual perlu memperhatikan faktor – faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen seperti *online trust* dan *purchase intention*. Dengan membangun *online trust* dan meningkatkan *purchase intention*, penjual dapat meningkatkan penjualan di *facebook*

Untuk memperkuat *online trust* dan meningkatkan *purchase intention*, penjual dapat melakukan berbagai strategi – strategi seperti memperlihatkan testimony dari pembeli sebelumnya, memberikan promo yang menarik, membuat konten yang menarik dan informative, serta memanfaatkan fitur – fitur baru di *facebook*, memberikan informasi yang jelas dan akurat mengenai *thrift shop* atau pakaian bekas yang dijual, serta merespons pertanyaan dan keluhan dari konsumen dengan cepat dan sopan.

Selain itu, penjual juga dapat memperkuat *online trust* dengan menjalin kerjasama dengan influencer atau *public figure* yang memiliki reputasi yang baik di *facebook*. Dengan begitu, konsumen akan lebih percaya pada pakaian bekas yang dijual dan meningkatkan kepercayaan kepada para penjual.