

BAB VI PENUTUP

6.1 Simpulan

Hasil analisis yang dilakukan diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil analisis statistik Deskriptif diperoleh hasil dari variabel Teknologi Internet, Kepercayaan Konsumen, Kualitas Produk, dan Minat Belanja *Online* memiliki kategori Sangat Baik.
2. Berdasarkan hasil analisis uji t secara parsial Teknologi Internet berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Belanja *Online*, Kepercayaan Konsumen berpengaruh positif dan signifikan Minat Belanja *Online* dan Kualitas Produk berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Minat Belanja *Online*.
3. Berdasarkan hasil analisis uji F variabel teknologi internet, Kepercayaan konsumen dan Kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat belanja *online*.

6.2 Saran

Dari hasil penelitian maka di berikan saran sebagai berikut :

1. Teknologi Internet berpengaruh positif terhadap minat belanja *online*. Berdasarkan hasil tersebut maka mahasiswa harus lebih handal dalam menggunakan Teknologi Internet karena seiring perkembangan zaman maka teknologi internet juga akan mengalami perubahan-perubahan mengikuti perkembangan yang ada pada masanya. Sehingga mahasiswa juga tidak ketinggalan zaman dalam menggunakan teknologi internet.
2. Kepercayaan Kosumen berpengaruh positif terhadap minat belanja online

berdasarkan hasil tersebut. Kepercayaan Konsumen merupakan hal yang sangat penting dalam melakukan transaksi jual beli *online*. Hal ini di karenakan para konsumen hanya melihat produk dari internet tidak secara langsung sehingga para produsen harus menjaga kepercayaan dari pada konsumennya.

3. Kualitas Produk berpengaruh positif berdasarkan hasil tersebut maka pihak produsen dalam hal ini penjual *online shop* harus mempertahankan kualitas produk dari barang-barang yang mereka jual, sehingga para produsen dalam hal ini ditawarkan dan akan terus berbelanja dan tak perlu khawatir lagi.
4. Mahasiswa juga bisa memanfaatkan *Online Shop* untuk membuat usaha berjualan *Online* dan mendapatkan keuntungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Assael, 2001, *Consumer Behavior*. Edisi Keenam. New York.
- Arikunto, 2002. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Baudrillard 2004: 19. *Masyarakat Konsumsi*. Yogyakarta : Kreasi Kencana.
- Budi Sutedjo Oetomo, 2012. *Perencanaan & Pembangunan Sistem Informasi*. Yogyakarta.
- Chaney 2003:53. *Life Style Sebuah Pengantar Komprehensif*. Bandung: Jalasutra.
- Damsar 2002: 119. *Sosiologi Ekonomi* Raja Grafindo Persada.
- Ferdinand, 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Howard (1994) dalam Durianto dan Liana (2004
- Hasan, 2009. *Pokok – Pokok Materi Statistik 1 (Statistik Deskriptif)*. Jakarta: Bumi Askara
- Kolter, 2005 *Manajemen Pemasaran*, Edisi 11, Jilid 2, Jakarta: Terjemahan PT. Indeks Kelompok Gramedia
- Kotler dan Keller, 2012. *Marketing Management*, 14th, *Person Education*
- Kotler dan Amstrong, 2008. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*, Jilid 1. Penerbit Erlangga, Jakarta
- Kwek, Lau dan Tan, 2010. *The effects Of Shopping Orientations, Online Trust and Prior Online Purchase Expreience Toward Customers Online Purchase Intention. International Business Research*, Vol.3
- Kinnear dan Taylor, 1995. *Riset Pemasaran*, Edisi ke-3, Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Louis dan Yuniarwati (2014). “Pengaruh Merek, Kepercayaan dan Pengalaman Terhadap Niat Konsumen Dalam Melakukan Transaksi Secara Online”. *Jurnal Ekonomi*, Vol. XXI, No. 03.
- Lurry (1998 : 44 –45). *Budaya Konsumen*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia
- Mowen dan Minor, 2011. *Perilaku Konsumen (Terjemahan, Edisi Ke 5 jilid1)*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Miarso, 2007. *Menyemai Benih Teknologi Pendidikan*. Jakarta
- Piotr Szompka 1993. *Sosiologi Perubahan Sosial*. Jakarta: Prenada Media.

- Priansa, 2017. *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Rossiter dan Percy (1997). *Advertising and Promotion Management*, Mc Graw-Hill Book Company, United States of Amerika.
- Swastha dan Irawan, 2005. *Asas – asas Marketing*, Liberty, Yogyakarta.
- Shahnaz dan Wahyono 2016, *Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen di Toko Online*.
- Soedjatmiko (2008). *Saya Berbelanja maka Saya Ada*. Yogyakarta: JalaSutra.
- Sujarweni, 2015. *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press
- Sugiono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitati, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta).
- Widarjono, 2013. *Ekonomitrika: Pengantar dan aplikasinya*, Ekonosia, Jakarta.