

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh toko *offline* terhadap kepercayaan pembeli *online* di media sosial instagram @amenkgallery, maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Tanggapan responden mengenai *exterior* pada amank ameng gallery berada pada kategori baik, hal ini di karenakan hasil tanggapan respnden sebagian besar yaitu sebesar 49.00% dari 100 orang berada pada kategori baik.
2. Tanggapan responden mengenai *general interior* pada amank ameng gallery berada pada kategori baik, hal ini di karenakan hasil tanggapan responden sebagian besar yaitu sebesar 50.00% dari 100 orang berada pada kategori baik.
3. Tanggapan responden mengenai *store layout* pada amank ameng gallery berada pada kategori baik, hal ini di karenakan hasil tanggapan responden sebagian besar yaitu sebesar 53.00% dari 100 orang berada pada kategori baik.
4. Tanggapan responden mengenai *interior display* pada amank ameng gallery berada pada kategori cukup, hal ini di karenakan hasil tanggapan respnden sebagian besar yaitu sebesar 50.00% dari 100 orang berada pada kategori cukup.

5. Tanggapan responden mengenai kepercayaan pembeli *online* pada amank ameng gallery berada pada kategori baik, hal ini di karenakan hasil tanggapan respnden sebagai besar yaitu sebesar 47.00% dari 100 orang berada pada kategori baik.
6. Terdapat pengaruh yang signifikan toko *offline* melalui *exterior*, *general interior*, *store layout* dan *interior display* terhadap kepercayaan pembeli *online* akun Instagram @amenkgallery di Instagram, hal ini didasarkan pada hasil pengujian hipotesis dengan uji f, didapatkan hasil $f_{hitung} > f_{tabel}$ ($40.847 > 2.465$) dan signifikansi $0.000 < 0.05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, dengan besaran kontribusi pengaruhnya sebesar 63.2%.
7. Terdapat pengaruh yang signifikan *exterior* toko *offline* terhadap kepercayaan pembeli *online* akun Instagram @amenkgallery di Instagram, hal ini didasarkan pada hasil pengujian hipotesis dengan uji t, didapatkan hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($8.194 > 1.984$) dan signifikansi $0.000 < 0.05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, dengan besaran kontribusi pengaruhnya sebesar 35.16%.
8. Terdapat pengaruh yang signifikan *general interior* toko *offline* terhadap kepercayaan pembeli *online* akun Instagram @amenkgallery di Instagram, hal ini didasarkan pada hasil pengujian hipotesis dengan uji t, didapatkan hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4.329 > 1.984$) dan signifikansi $0.000 < 0.05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, dengan besaran kontribusi pengaruhnya sebesar 21.02%.

9. Terdapat pengaruh yang signifikan *store layout* terhadap kepercayaan pembeli *online* akun Instagram @amenkgallery di Instagram, hal ini didasarkan pada hasil pengujian hipotesis dengan uji *t*, didapatkan hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2.061 > 1.984$) dan signifikansi $0.042 < 0.05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, dengan besaran kontribusi pengaruhnya sebesar 5.04%.
10. Tidak Terdapat pengaruh yang signifikan *interior display* terhadap kepercayaan pembeli *online* akun Instagram @amenkgallery di Instagram, hal ini didasarkan pada hasil pengujian hipotesis dengan uji *t*, didapatkan hasil $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0.457 < 1.984$) dan signifikansi $0.649 > 0.05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, dengan besaran kontribusi pengaruhnya sebesar 2.03%.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, maka peneliti memberikan beberapa saran yang menyangkut saran teoritis dan praktis, sebagai berikut:

5.2.1 Saran Teoritis

Hendaknya bagi peneliti selanjutnya dapat memperdalam kembali faktor-faktor dapat mempengaruhi kepercayaan pembeli online selain dari toko offline yang terdiri dari toko *offline* melalui *exterior*, *general interior*, *store layout* dan *interior display*, seperti persepsi harga, orientasi belanja dan minat beli.

5.2.2 Saran Praktis

Bagi penjual *online* khususnya bagi amang amenk gallery, apabila ingin berfokus pada penjualan *online* disarankan menggunakan media sosial lainnya seperti facebook dan twitter dan juga menggunakan *website*, agar kepercayaan calon pembeli dan pembeli semakin meningkat dan untuk masalah toko, disarankan lebih memperhatikan penataan *display* produk-produknya agar menarik sehingga dapat menarik lebih banyak calon pembeli, dan memfokuskan produk-produk agar lebih beragam.

