BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dalam pembelian secara *online*, faktor kepercayaan konsumen merupakan kunci utama dalam bisnis *online*. kepercayaan konsumen akan di dapat dari upaya membangun kepercayaan konsumen.

Kepercayaan konsumen *All Collection Shop* Sedati Sidoarjo didasarkan dengan relasi hubungan, produk, iklan dan testimoni, dan pelayanan. Relasi hubungan adalah hal utama yang menentukan kepercayaan konsumen berdasarkan penelitian yang telah dilakukan.

Upaya membangun kepercayaan konsumen diterapkan dengan cara kejujuran, ketepatan waktu pengiriman barang dan memberikan jaminan, menjaga kualitas produk, memberikan izin kepada konsumen untuk menjadi *reseller, Fast respon* (pelayanan cepat)*, COD* (*Cash On Delivery*) dan harga yang terjangkau. Kejujuran sangat berhubungan dengan etika bisnis Islam dan integritas yang tinggi, namun terkait permasalahan keterlambatan pengiriman maupun komplain konsumen atas ketidaksesuaian produk, maka *All Collection Shop* Sedati Sidoarjo memberikan jaminan berupa pengembalian pembayaran yang sudah dibayar 50% di muka, diganti barang baru, ataupun pembatalan transaksi.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Saran

Berdasarkan dari penelitian di atas, maka peneliti memberikan saran untuk *All Collection Shop* Sedati Sidoarjo dan peneliti selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Kepercayaan konsumen ditingkatkan dengan memperbaharui media *online*, dengan tidak hanya menggunakan *facebook.com*., dalam hal ini harus merambah ke *website*, sehingga pemasaran dan jangkauan bisnisnya lebih luas sehingga calon pembeli juga semakin luas dan mudah untuk mengaksesnya.
2. Konsistensi dalam pelayanan terhadap pembeli harus selalu dijaga dan ditingkatkan, karena dengan memberikan satu pelayanan yang buruk kepada pembeli maka akan berdampak panjang terhadap bisnis kedepannya.
3. Iklan yang ditampilkan harus lebih sesuai dengan keadaan yang sebenarnya, karena kepercayaan konsumen berasal dari bahasa yang lebih persuasif dan tidak berlebihan
4. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk melakukan penelitian kepercayaan konsumen terhadap *online shop* yang lebih terkenal.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id