

BAB V

PENUTUP

1.1 Kesimpulan

Berdasarkan kajian, hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. *Threat appraisal* tidak berpengaruh terhadap *adaptive behavior* pada pelanggan yang berbelanja *online* fashion wanita pada pasca covid-19 pada market place di Sumatera Barat. Pada penelitian ini ada atau tidak nya penilaian ancaman dari konsumen tidak memiliki pengaruh perilaku adaptif seseorang dalam berbelanja online fashion wanita.
2. *Coping appraisal* berpengaruh terhadap *adaptive behavior* pada pelanggan yang berbelanja *online* fashion wanita pada pasca covid-19 pada market place di Sumatera Barat. Semakin tinggi *self efficacy*, *response efficacy*, dan *response cost* dari konsumen maka akan semakin baik konsumen dalam melakukan *adaptive behavior* nya, dapat di lihat pada responden dengan rata-rata 3,669 yang artinya konsumen pada responden ini memiliki *self efficacy*, *response efficacy*, dan *response cost* yang cukup baik.
3. *Threat appraisal* tidak berpengaruh terhadap *adaptive behavior* di moderasi oleh *consumer resilience* pada pelanggan yang berbelanja online fashion wanita pada pasca covid-19 pada *market place* di Sumatera Barat. Ada tidak adanya penilaian ancaman dari konsumen yang di moderasi oleh *consumer resilience* yaitu ketahanan konsumen untuk mengatasi ancaman tidak memiliki pengaruh pada *adaptive behavior* konsumen.

4. *Threat appraisal* tidak berpengaruh terhadap *adaptive behavior* di moderasi oleh *consumer satisfaction* pada pelanggan yang berbelanja *online fashion* wanita pada pasca covid-19 pada *market place* di Sumatera Barat. Ada tidak adanya penilaian ancaman konsumen yang di moderasi *consumer satisfaction* tidak berpengaruh terhadap *adaptive behavior*, karena *consumer satisfaction* sudah teratasi oleh konsumen dengan rata-rata nilai responden 3,813 yang artinya konsumen cukup setuju bahwa *consumer satisfaction* sudah baik.



1.2 Implikasi Penelitian

Penelitian ini memiliki implikasi dalam bidang manajemen pemasaran khususnya dalam menilai pengaruh *threat appraisal* dan *coping appraisal* terhadap *adaptif behavior* di moderasi *consumer resilience* dan *consumer satisfaction*. Hasil penelitian ini memberikan pemahaman yang komprehensif bahwa *threat appraisal* tidak mempengaruhi *adaptive behavior* yang berarti semakin tinggi *threat appraisal* maka semakin rendah *adaptive behavior*. *Coping appraisal* mempengaruhi *adaptive behavior* secara positif yang berarti semakin tinggi *Coping appraisal* maka semakin tinggi *adaptive behavior*. pada pelanggan yang berbelanja *online fashion* wanita di *market place* di Sumatera Barat selama pasca pandemi covid-19.

Hasil penelitian ini juga menemukan bahwa *threat appraisal* terhadap *adaptive behavior* yang di moderasi oleh *consumer resilience* dan *consumer satisfaction* secara negatif yang berarti semakin tinggi *Consumer resilience* dan *consumer satisfaction* maka semakin rendah pengaruhnya terhadap *adaptive behavior*.

Para pelaku usaha harus lebih *aware* dengan situasi bencana. Adanya pandemi Covid-19 memberikan pelajaran bahwa untuk selalu mengantisipasi bencana-bencana yang akan datang.

1.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini jauh dari kesempurnaan, oleh karenanya dimasa yang akan datang lebih dikembangkan oleh peneliti selanjutnya. Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini yang dapat mempengaruhi hasil penelitian adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini terbatas pada *Threat appraisal, coping appraisal, consumer resilience, consumer satisfaction, dan adaptive behavior* dalam belanja *online fashion* wanita.
2. Penelitian ini hanya berfokus pada konsumen *fashion* wanita pada *e-commerce* di Sumatera Barat saja.
3. Keterbatasan dalam memberikan pernyataan kuesioner yang masih perlu dikembangkan dan diperhatikan kembali.



1.4 Saran

Berdasarkan keterbatasan dalam penelitian ini adapun saran yang bisa disampaikan dari hasil penelitian yang didapat adalah sebagai berikut :

1. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk meneliti variabel lainnya yang belum diteliti pada penelitian ini dan dapat memperkuat penelitian selanjutnya sehingga hasil penelitian memberikan gambaran yang lebih baik.
2. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk meneliti dengan gender laki-laki dan perempuan atau laki-laki saja sehingga penelitian kedepannya memberikan gambaran mengenai responden dengan gender selain perempuan saja.
3. Disarankan untuk penelitian selanjutnya untuk dapat memperbanyak data, baik itu data kuantitatif dari kuesioner ataupun data yang diperoleh dari metode lainnya seperti wawancara secara langsung dan tidak langsung (*online*).
4. Untuk para pelaku usaha untuk berinovasi dalam memberikan pelayanan dengan kualitas prima dengan cara-cara yang simple serta kemudahan-kemudahan bagi para konsumen dalam melakukan transaksi dan juga dalam menjaga penyebaran virus pada konsumen.
5. Pelaku usaha untuk lebih menjawab ekspektasi konsumen terkait fitur layanan yang di berikan.
6. Untuk para pelaku usaha, di harapkan yang memiliki toko fashion *offline* hendak ikut membuka toko fashion *online* untuk mengikuti perubahan zaman yang serba *online* melalui *market place*.