

BAB V

PENUTUP

1.1 Kesimpulan

Didasarkan pada hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab IV maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Risiko pengiriman berpengaruh tidak signifikan terhadap perilaku belanja *online* terutama bagi masyarakat Kota Payakumbuh dan Kabupaten Limapuluh Kota. Dengan adanya hubungan yang tidak signifikan menunjukkan kecilnya pengaruh variabel risiko pengiriman terhadap perilaku belanja *online*. Hal tersebut dikarenakan konsumen masih khawatir akan risiko pengiriman yang akan terjadi. Misalnya konsumen khawatir produk yang sudah dipesan tidak dikirim tepat waktu atau produk yang dikirim bisa salah alamat. Selain itu dalam berbelanja secara *online* produk yang sudah dipesan tidak mudah dibatalkan.
2. Risiko produk berpengaruh tidak signifikan terhadap perilaku belanja *online* terutama bagi masyarakat Kota Payakumbuh dan Kabupaten Limapuluh Kota. Dengan adanya hubungan yang tidak signifikan menunjukkan bahwa kecilnya pengaruh variabel risiko produk terhadap perilaku belanja *online*. Hal tersebut dikarenakan bahwa konsumen masih ragu akan risiko produk yang akan didapatkan pada saat melakukan transaksi belanja secara *online*. Karena produk yang dibeli secara *online* akan sulit dinilai kualitasnya sebab produk tersebut tidak bisa disentuh dan juga diperiksa. Konsumen juga khawatir ukuran dari produk yang dipesan bermasalah atau tidak sesuai karena produk tersebut tidak bisa dicoba.

3. Risiko keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku belanja *online* terutama bagi masyarakat Kota Payakumbuh dan Kabupaten Limapuluh Kota. Adanya hubungan yang signifikan menandakan adanya pengaruh yang besar dari variabel risiko keuangan terhadap perilaku belanja *online*.

Karena konsumen yang melakukan transaksi pembelian sudah mengetahui bahwa apabila berbelanja secara *online* maka akan dikenakan biaya tambahan. Selain itu konsumen juga merasa bahwa nomor kartu kreditnya akan aman dalam melakukan transaksi.

4. Risiko waktu berpengaruh signifikan terhadap perilaku belanja *online* terutama bagi masyarakat Kota Payakumbuh dan Kabupaten Limapuluh Kota. Hubungan yang signifikan menunjukkan besarnya pengaruh risiko waktu terhadap perilaku belanja *online*. Karena dalam berbelanja secara *online* tidak akan memerlukan banyak waktu karena konsumen tidak perlu lagi untuk keluar rumah yang dapat menyebabkan waktu dan biaya akan keluar sia-sia. Selain itu juga apabila konsumen ingin melakukan pemesanan produk maka tidak begitu sulit karena adanya informasi yang lengkap sehingga tidak akan menghabiskan waktu hanya untuk melakukan pemesanan produk saja.

5. Risiko sosial berpengaruh signifikan terhadap perilaku belanja *online* terutama bagi masyarakat Kota Payakumbuh dan Kabupaten Limapuluh Kota. Hubungan signifikan menunjukkan besarnya pengaruh risiko sosial terhadap perilaku belanja *online*. Karena produk yang dibeli konsumen dapat diterima oleh keluarga. Berbelanja secara *online* juga dapat

mengakibatkan orang lain percaya dengan penilaian konsumen yang melakukan transaksi tersebut.

6. Risiko keamanan berpengaruh signifikan terhadap perilaku belanja *online* terutama bagi masyarakat Kota Payakumbuh dan Kabupaten Limapuluh Kota. Adanya hubungan signifikan dikarenakan besarnya pengaruh risiko keamanan terhadap perilaku belanja *online*. Karena *website* perusahaan ini dapat melindungi data pribadi konsumennya sehingga membuat konsumen nyaman dalam melakukan transaksi pembelian secara *online*. *Website* ini juga menyediakan informasi yang cukup lengkap dan *website* ini dapat dipercaya konsumennya. Sehingga semakin tinggi informasi keamanan yang diterima konsumen maka konsumen akan percaya untuk melakukan belanja *online* pada *website* tertentu.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka risiko pengiriman dan risiko produk harus lebih ditingkatkan untuk menghasilkan transaksi yang lebih baik dalam melakukan belanja *online*. Maka pelayanan jasa *online shopping* harus bisa menghilangkan keraguan pelanggan yang belum puas akan *online shopping* tersebut. Karena dengan berkurangnya risiko yang dihadapi atau didapatkan konsumen akan menjadikan nilai tambah bagi perusahaan untuk mendapatkan keuntungan.

5.2 Implikasi Penelitian

Temuan penelitian ini, memiliki beberapa implikasi bagi peningkatan *online shopping* dimana dengan kurangnya risiko-risiko yang didapatkan

konsumen akan meningkatkan kualitas pelayanan dan akan dapat menarik banyak konsumen untuk melakukan belanja *online*. Dalam penelitian ini juga variabel risiko keuangan, variabel risiko waktu, variabel risiko sosial, dan variabel risiko keamanan sudah berpengaruh signifikan terhadap perilaku belanja *online* yang menandakan variabel tersebut sudah memiliki pengaruh yang besar. Sehingga penyedia jasa *online shopping* juga harus bisa memahami sikap konsumen yang didalamnya terdapat persepsi pada belanja *online* itu sendiri, seperti tidak adanya penipuan, kejelasan tarif harga dan ongkos kirim barang.

Bagi pihak penyedia jasa *online shopping* untuk lebih memperhatikan risiko pengiriman dan risiko produk yang pada penelitian ini variabel tersebut berpengaruh tidak signifikan terhadap perilaku belanja *online*. Dengan adanya perhatian terhadap hal tersebut dapat menimbulkan persepsi konsumen kearah yang lebih baik sehingga konsumen lebih yakin untuk melakukan belanja *online* daripada berbelanja secara konvensional khususnya pada masyarakat Kota Payakumbuh dan Kabupaten Limapuluh Kota.

1.3 Keterbatasan Penelitian

Hasil dari penelitian ini tidak terlepas dari keterbatasan dan kekurangan. Sementara itu, keterbatasan dan kekurangan yang terdapat dalam penelitian ini diharapkan dapat menjadi perbaikan bagi penelitian yang akan dilakukan dimasa yang akan datang. Keterbatasan-keterbatasan yang akan ditemukan oleh peneliti selama dilakukannya penelitian ini adalah :

1. Responden yang diambil dalam penelitian ini masih dalam skala kecil yaitu 190 responden yang merupakan masyarakat Kota Payakumbuh dan

Kabupaten Limapuluh Kota yang pernah melakukan belanja *online* pada situs Kapuyuak.

2. Lokasi penelitian hanya difokuskan pada wilayah Kota Payakumbuh dan Kabupaten Limapuluh Kota, sehingga penelitian hanya dapat diimplikasikan pada wilayah Kota Payakumbuh dan Kabupaten Limapuluh Kota saja.

1.4 Saran

Hasil dari penelitian ini serta berbagai keterbatasan yang ditemukan agar dapat dijadikan sumber atau ide dan masukan bagi pengembangan penelitian dimasa yang akan datang, maka perluasan perlu dilakukan dari penelitian ini antara lain :

1. Bagi pihak penyedia jasa *online shopping*
Untuk penyedia jasa *online shopping* agar dapat memperhatikan dan juga mengurangi risiko yang masih di dapatkan konsumen seperti masih adanya risiko produk dan risiko pengiriman yang berpengaruh tidak signifikan. Dan juga perusahaan juga diharapkan dapat lebih mengurangi terhadap risiko yang ada.
2. Bagi penelitian selanjutnya
 - a. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lainnya pada dimensi persepsi risiko yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam berbelanja *online*. Hal tersebut dilakukan untuk memperbanyak pengetahuan dan memperluas wawasan mengenai faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam belanja *online* sehingga mampu memberikan hasil penelitian yang lebih beragam dan variatif

karena penelitian yang meneliti variabel ini dalam ruang lingkup pemasaran cukup jarang ditemukan.

- b. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan objek untuk dapat mengukur lebih jelas variabel persepsi risiko terhadap perilaku belanja *online* dan dapat mengukur kepuasan konsumen terhadap situs penyedia layanan jasa *online*.
- c. Penelitian selanjutnya dapat memperluas area penelitian dan memperbanyak jumlah responden.

