

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

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

1. *Financial Risk* berpengaruh signifikan terhadap perilaku *Online Shopping* Shopee di Kota Bukittinggi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Financial Risk* mempengaruhi perilaku *Online Shopping* Shopee di Kota Bukittinggi. Semakin tinggi *Financial Risk* maka semakin tinggi risiko yang dirasakan pada perilaku *Online Shopping* dan sebaliknya, semakin rendah *Financial Risk* maka semakin rendah risiko yang dirasakan pada perilaku *Online Shopping*.
2. *Product Risk* berpengaruh signifikan terhadap perilaku *Online Shopping* Shopee di Kota Bukittinggi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Product Risk* mempengaruhi perilaku *Online Shopping* Shopee di Kota Bukittinggi. Semakin tinggi *Product Risk* maka semakin tinggi risiko yang dirasakan pada perilaku *Online Shopping* dan sebaliknya, semakin rendah *Product Risk* maka semakin rendah risiko yang dirasakan pada perilaku *Online Shopping*.
3. *Time Risk* tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku *Online Shopping* Shopee di Kota Bukittinggi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada atau tidaknya *Time Risk* tidak mempengaruhi perilaku *Online Shopping* Shopee di Kota Bukittinggi.
4. *Delivery Risk* tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku *Online Shopping* Shopee di Kota Bukittinggi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada atau

tidaknya *Delivery Risk* tidak mempengaruhi perilaku *Online Shopping* Shopee di Kota Bukittinggi.

5. *Social Risk* tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku *Online Shopping* Shopee di Kota Bukittinggi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada atau tidaknya *Social Risk* tidak mempengaruhi perilaku *Online Shopping* Shopee di Kota Bukittinggi.

6. *Information Security* berpengaruh signifikan terhadap perilaku *Online Shopping* Shopee di Kota Bukittinggi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Information Security* tidak mempengaruhi perilaku *Online Shopping* Shopee di Kota Bukittinggi. Semakin tinggi *Information Security* maka semakin tinggi risiko yang dirasakan pada perilaku *Online Shopping* dan sebaliknya, semakin rendah *Information Security* maka semakin rendah risiko yang dirasakan pada perilaku *Online Shopping*.

Berdasarkan Hasil penelitian tersebut, maka diketahui risiko yang dirasakan terhadap perilaku *Online Shopping* Shopee di Kota Bukittinggi seperti variabel *Financial Risk*, *Product Risk*, *Information Security* pada penelitian ini memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku *Online Shopping* Shopee di Kota Bukittinggi. Dan variabel *Time Risk*, *Delivery Risk*, *Social Risk* pada penelitian ini tidak memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap perilaku *Online Shopping* Shopee di Kota Bukittinggi. Dengan demikian pihak perusahaan *online* Shopee harus bisa menghilangkan risiko-risiko yang ada terhadap melakukan *Online Shopping*, agar keraguan konsumen tidak lagi menghalangi untuk *Online Shopping*. Pihak perusahaan Shopee harus juga meminimalisir risiko-risiko yang ada, sehingga konsumen merasa puas dan nyaman melakukan *Online Shopping*.

5.2 Implikasi Hasil Penelitian

Pada Hasil penelitian ini memiliki beberapa implikasi untuk peningkatan *Online Shopping* Shopee di Indonesia terutama di Kota Bukittinggi tempat dilakukan penelitian tentang pengaruh risiko *Online Shopping*. Dimana perusahaan *online* Shopee harus memperhatikan *Financial Risk*, *Product Risk*, *Information Security*. Dengan memperhatikan risiko-risiko tersebut, sehingga konsumen lebih yakin melakukan *Online Shopping* di Shopee dibandingkan di *Online Shopping* lain.

Pada *Financial Risk* perusahaan Shopee harus bisa meminimalisir agar tidak terjadi kerugian keuangan yang bisa membuat konsumen tidak maunya bertransaksi secara online, seperti pemborosan uang pada saat belanja *online*, nomor kartu kredit tidak aman, ditagih lebih pada saat berbelanja *online*. *Product Risk* perusahaan Shopee harus bisa mengambil hati konsumen bahwa produk yang dijual sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen. Biasanya keraguan yang dirasakan konsumen terhadap *Online Shopping* seperti tidak bisa menyentuh produk secara fisik, menilai ukuran menjadi permasalahan dalam melakukan transaksi dalam *Online Shopping*, dan tidak bisa mencoba pakaian secara langsung. Untuk meyakinkan pelanggan pihak Shopee harus menjual produk sesuai dengan ukuran yang telah ditetapkan. Dengan itu konsumen mau melakukan transaksi *Online Shopping* karena produk yang dijual sama dengan produk yang ada di toko- toko. Selain itu pihak Shopee juga bisa memberikan deskripsi detail yang menggambarkan produk yang akan dijual dengan medeskripsikan dengan gambar, kata-kata, dan penjelasan lain, sehingga konsumen tidak ragu atas ukuran atau gimana tentang produk yang dijual.



Pada *Information Security* perusahaan Shopee harus bisa meyakinkan konsumen dengan menjaga keamanan informasi sehingga konsumen agar tidak ragu untuk memberikan data kepada perusahaan Shopee, sehingga konsumen merasa aman dengan situs Shopee yang memberikan rasa kenyamanan dalam melakukan transaksi karena melindungi informasi pribadi konsumen, dan konsumen akan memberikan informasi yang lengkap pada saat melakukan transaksi. Jadi agar konsumen tidak takut atas *Information Security* pihak perusahaan Shopee bisa bekerja sama dengan perusahaan IT untuk bisa menjaga *privacy* pribadi konsumen agar tidak diketahui pihak lain.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian tentang analisis pengaruh *Perceived Risk* terhadap perilaku *Online Shopping* Shopee di Kota Bukittinggi tidak terlepas dari keterbatasan dan kekurangan yang ada. Keterbatasan dan kekurangan dalam penelitian ini menjadi sumber untuk penelitian dimasa yang akan datang. Adapun keterbatasan dan kekurangan dalam penelitian ini adalah :

1. Responden dalam penelitian ini hanya diambil pada konsumen di Kota Bukittinggi yang sudah melakukan *Online Shopping* di Shopee.
2. Berdasarkan Hasil penelitian, maka Hasil penelitian ini hanya bisa diterapkan pada konsumen yang ada di Kota Bukittinggi.
3. Responden dalam penelitian ini hanya dalam skala kecil yaitu 190 responden yang mewakili masyarakat Kota Bukittinggi yang sudah melakukan *Online Shopping* di Shopee.

5.4 Saran

Hasil dari penelitian ini dan keterbatasan-keterbatasan yang ditemukan agar dijadikan sumber ide dan masukan bagi pengembangan penelitian dimasa yang akan datang, maka perluasan yang dirasakan dari penelitian ini sebagai berikut

1. Bagi Pihak Shopee

Shopee harus bisa meyakinkan konsumen dengan cara meningkatkan layanan agar konsumen merasa aman, nyaman dan tidak ragu untuk melakukan transaksi dan tidak beralih ke toko *online* lain. Hal ini berhubungan dengan detail produk yang tidak bisa diketahui, dan keamanan informasi agar data konsumen tidak diketahui pihak lain.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti ini memiliki keterbatasan yaitu hanya fokus pada variabel *Financial Risk, Product Risk, Time Risk, Delivery Risk, Social Risk, Information Security*. Untuk itu diharapkan untuk penelitian selanjutnya bisa dikembangkan dan menambah variabel lain seperti risiko setelah pembelian, risiko psikologis, risiko fisik dan lain sebagainya yang juga ikut mempengaruhi persepsi terhadap *Perceived Risk Online Shopping*, agar penelitian selanjutnya tambah bermanfaat terhadap keputusan pembelian konsumen.

Lokasi dalam penelitian ini masih dalam skala kecil yaitu hanya meneliti di Kota Bukittinggi, sebaiknya untuk penelitian selanjutnya lokasi diperluas agar jumlah sampel bertambah dan mendapatkan Hasil yang lebih maksimal dan penelitian selanjutnya menggunakan objek lain selain Shopee untuk membandingkan terhadap jasa *Online Shopping*.