

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah diuraikan pada Bab IV diatas maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini sudah membuktikan bahwa variabel independen (X) yaitu *Perceived usefulness, Perceived ease of use, price, Ewom, Trust, dan Perceived risk* ada yang berpengaruh signifikan dan berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel dependen (Y) *consumers Online Purchase Intention Shopee* di kota Bukittinggi. Penelitian ini menggunakan metode *survey explanatory* (kuantitatif) dengan responden sebanyak 200 responden yang dijelaskan sebagai berikut:

1. Variabel *Perceived usefulness* berpengaruh signifikan terhadap *consumers online purchase intention* Shopee di kota Bukittinggi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai variabel *Perceived usefulness* maka akan berdampak pada semakin tinggi *consumers online purchase intention* Shopee di kota Bukittinggi.
2. Variabel *perceived ease of use* berpengaruh signifikan terhadap *consumers online purchase intention* Shopee di kota Bukittinggi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai variabel *perceived ease of use* maka akan berdampak pada semakin tinggi *consumers online purchase intention* Shopee di kota Bukittinggi.
3. Variabel *price* berpengaruh signifikan terhadap *consumers online purchase intention* Shopee di kota Bukittinggi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai variabel *price* maka akan berdampak pada semakin tinggi *consumers online purchase intention* Shopee di kota Bukittinggi.
4. Variabel *ewom* berpengaruh signifikan terhadap *consumers online purchase intention* Shopee di kota Bukittinggi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi

nilai variabel *ewom* maka akan berdampak pada semakin tinggi *consumers online purchase intention* Shopee di kota Bukittinggi.

5. Variabel *trust* berpengaruh tidak signifikan terhadap *consumers online purchase intention* Shopee di kota Bukittinggi.
6. Variabel *perceived risk* berpengaruh tidak signifikan terhadap *consumers online purchase intention* Shopee di kota Bukittinggi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai variabel *perceived risk* maka akan berdampak pada semakin rendah *consumers online purchase intention* Shopee di kota Bukittinggi.

5.2 Implikasi Hasil Penelitian

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dan pengamatan peneliti di lapangan, implikasi yang dapat dilakukan oleh pihak perusahaan Shopee adalah meningkatkan *E-wom* terkait dengan “Menurut saya peringkat dan rekomandai menyatakan bahwa produk tersebut memiliki reputasi yang baik”, karena ini merupakan salah satu indikator dari variabel *E-wom*. Dalam hal ini, perusahaan Shopee perlu untuk memperhatikan dan meningkatkan setiap produk yang sudah memiliki reputasi yang baik. Setiap produk yang mendapatkan peringkat yang baik dan memperoleh reputasi yang baik dapat meningkatkan atau mempertahankan hasil dan kualitas dari produk sehingga konsumen tidak kecewa dan berpindah berbelanja di *online shop* lain. Produk dari produsen yang mendapatkan peringkat rendah dan memiliki reputasi yang buruk dapat di evaluasi ulang dan diperhatikan oleh pihak shopee agar tidak merugikan konsumen maupun pihak dari shopee nantinya.

Selain itu perusahaan Shopee sebaiknya memperhatikan setiap harga yang ditawarkan untuk konsumen dan mengelompokkan jenis barang sedang melakukan diskon karena setiap konsumen yang akan berbelanja akan melihat dan mencari produk yang sedang diskon “Saat pembelian saya akan melihat produk diskon yang tersedia” karena ini merupakan salah satu indikator dari variabel *Price*. Dalam hal ini, shopee perlu untuk mengelompokkan dan

menginformasikan produk apa saja yang sedang diskon agar konsumen mudah dalam mencari produk diskon yang sesuai dengan kebutuhan. Pada tampilan halaman utama, shopee dapat menginformasikan atau menampilkan produk apa saja yang sedang menawarkan diskon sehingga konsumen antusias dan menarik niat konsumen untuk menelusuri dan membeli produk yang sedang diskon dengan harga yang menarik dan mempengaruhi konsumen untuk membeli produk yang di sediakan Shopee. Shopee juga dapat memberikan kemudahan bagi konsumen dan menyediakan tata cara penggunaan shopee untuk pengguna awal. Shopee juga memberikan layanan *cash on delivery* (COD) dimana konsumen dapat membayar barang apabila telah sampai di tangan konsumen, hal ini membantu konsumen pada saat pembelian barang karena mereka dapat melihat secara langsung barang yang di inginkan baru membayarnya.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pengalaman langsung oleh peneliti dalam penelitian ini, penelitian ini tidak terlepas dari keterbatasan dan kelemahan yang ada. Keterbatasan dalam penelitian ini dapat menjadi sumber untuk peneliti dimasa yang akan datang yang perlu diperhatikan lebih bagi peneliti-peneliti selanjutnya untuk menyempurnakannya. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini hanya mengkaji variabel *Perceived usefulness*, *Perceived ease of use*, *price*, *Ewom*, *Trust*, dan *Perceived risk* pada situs Shopee di Bukittinggi yang dalam pengujiannya hanya mampu menjelaskan pengaruh sebesar 32,8% saja, sedangkan sisanya sebesar 67,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
2. Lokasi dalam penelitian ini hanya difokuskan pada wilayah Kota Bukittinggi, Sumatra Barat. Maka hasil penelitian ini hanya dapat diterapkan di Kota Bukittinggi saja.



3. Responden dalam penelitian ini sebanyak 200 responden dari kalangan konsumen pengguna situs Shopee yang berdomisili di Kota Bukittinggi.

5.4 Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

1. Penelitian ini memiliki keterbatasan yaitu hanya fokus pada variabel yang mengkaji pengaruh *Perceived usefulness*, *Perceived ease of use*, *price*, *Ewom*, *Trust*, dan *Perceived risk* karena itu disarankan untuk peneliti selanjutnya agar dapat dikembangkan dengan menambahkan variabel lain yang juga turut mempengaruhi *consumers online purchase intention*,
2. Wilayah cakupan dalam penelitian ini masih dalam skala kecil, yaitu hanya berfokus meneliti di Kota Bukittinggi saja, disarankan pada peneliti selanjutnya agar dapat melakukan penelitian di lokasi yang lebih luas dan tidak hanya pada satu daerah saja, sehingga mendapatkan hasil yang lebih maksimal.

2. Bagi Perusahaan Shopee

Pihak perusahaan Shopee disarankan untuk dapat meningkatkan kualitas layanannya, dan memperjelas bagaimana prosedur mengenai gratis ongkir ke seluruh Indonesia. Shopee juga diharapkan dapat terus memberikan produ-produk terbaik yang disukai dan dibutuhkan oleh konsumen. Selau meningkatkan fasilitas di dalam aplikasinya dan juga dapat memberikan kenyamanan dan keamanan bagi pengunjung situ shopee itu sendiri. Meningkatkan dan memperluas layanan COD (*cash on delivery*) yang tidak hanya fokus pada satu wilayah saja dan dapat menyebar keseluruhan wilayah Indonesia.