

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari analisa karakteristik responden mayoritas konsumen adalah laki – laki, berumur antara 17 - 21 tahun, pendapatan Rp.1000.000 – Rp. 2.500.000, pendidikan SMA, memiliki koneksi internet yang diakses mellalui hanphone, dan kegunaan internet untuk social media.
2. Berdasarkan analisis deskriptif diketahui bahwa konsumen memberikan penilaian yang rendah pada resiko keuangan, resiko produk, kenyamanan, non pengiriman, *return policy*, dan infrastruktur, sikap berbelanja online skor rata – rata sebesar 3,26 (sangat baik). Penilaian responden pada variabel minat beli dengan rata – rata sebesar 2,77 (setuju).
3. Terdapat pengaruh signifikan antara resiko keuangan, resiko produk, resiko kenyamanan, resiko non pengiriman, *return policy*, dan infrastruktur terhadap sikap berbelanja online berdasarkan ;
  - a. Analisis regresi linier berganda

$$Y = 5,122 - 0,189X_1 - 0,199X_2 - 0,100X_3 - 0,274X_4 - 0,118X_5 - 0,127X_6$$

- b. Berdasarkan hasil analisis koefisien korelasi berganda (R) menunjukkan hasil sebesar 0,861.

- c. Hasil koefisien determinasi berganda diketahui besarnya koefisien determinasi ( $R^2$ ) = 0,724 yang menunjukkan variabel bebas secara bersama-sama mempengaruhi variabel tidak bebas sebesar 72,4% sisanya sebesar 27,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian, misalnya keamanan, kepercayaan, tampilan aplikasi *web* dan lain – lain.
4. Terdapat pengaruh signifikan antara sikap berbelanja online dengan minat beli berdasarkan ;
- a. Analisis regresi linier berganda
- $$Y = 0,760 + 0,654 X$$
- b. Berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi ganda berganda ( $R$ ) menunjukkan hasil sebesar 0,487. Hal ini berarti minat beli konsumen 48,7% dapat dijelaskan oleh sikap berbelanja online dan sisanya 51,3% minat beli konsumen dapat dijelaskan oleh variabel bebas lainnya.

## 5.2. Saran

Berdasar kesimpulan di atas, selanjutnya dapat diusulkan saran yang diharapkan akan bermanfaat bagi vendor online shop berkaitan dengan pengaruh resiko terhadap sikap berbelanja online dan minat beli konsumen.

Ditemukannya variabel Sikap berbelanja online merupakan variabel yang paling besar pengaruhnya terhadap minat beli konsumen, sebaiknya perlu ditingkatkan indikator yang terendah yaitu penilaian terendah belanja online karena menyenangkan. Vendor sebaiknya membuat tampilan website yang menarik dan mudah dioperasikan, sehingga membuat nyaman konsumen, serta menyediakan

beberapa rekening bank untuk pembayaran agar memudahkan konsumen dalam melakukan pembayaran. Kemudian membangun kepercayaan konsumen dengan cara mengirim barang tepat waktu yang disepakati bersama agar konsumen tidak menunggu terlalu lama barang yang dikirim karena dapat mengakibatkan konsumen mengurangi intensitas berbelanja secara online.

