

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kegunaan, kemudahan penggunaan, kesesuaian, privasi, dan keamanan terhadap sikap belanja online mahasiswa serta pengaruh sikap, keyakinan normatif dan *self efficacy* terhadap minat belanja online. Dengan sampel sebanyak 100 responden diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Kegunaan, kemudahan penggunaan, kompatibilitas, privasi dan keamanan terbukti berpengaruh secara serempak, dan signifikan terhadap sikap belanja online mahasiswa. Hal ini berarti kelima variabel bebas yang terdiri dari kegunaan, kemudahan penggunaan, kompatibilitas, privasi dan keamanan semakin meningkat maka sikap belanja online mahasiswa juga akan meningkat. Besarnya pengaruh kelima variabel bebas terhadap sikap belanja online adalah sebesar 6,3% (lihat tabel 4.15) dan sisanya sebesar 93,7% dipengaruhi oleh variabel bebas lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian. Sedangkan secara parsial, variabel privasi dan keamanan terbukti berpengaruh signifikan terhadap sikap belanja online mahasiswa. Namun, variabel kegunaan, kemudahan penggunaan dan kompatibilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap sikap belanja online mahasiswa.

2. Kegunaan, sikap, kepercayaan normatif dan *self efficacy* terbukti berpengaruh secara serempak, dan signifikan terhadap minat belanja online mahasiswa. Hal ini berarti keempat variabel bebas yang terdiri dari kegunaan, sikap, kepercayaan normatif dan *self efficacy* semakin meningkat maka minat belanja online mahasiswa juga akan meningkat. Besarnya pengaruh keempat variabel bebas terhadap minat belanja online adalah sebesar 6,9% (lihat tabel 4.20) dan sisanya sebesar 93,1% dipengaruhi oleh variabel bebas lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian. Sedangkan secara parsial, variabel sikap terbukti berpengaruh signifikan terhadap minat belanja online mahasiswa. Namun, variabel kegunaan, kepercayaan normatif dan *self efficacy* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat belanja online mahasiswa. Sikap mempengaruhi minat belanja online secara signifikan, hal ini berarti semakin tinggi sikap konsumen terhadap belanja online maka akan meningkatkan minat konsumen untuk berbelanja online.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian serta hal-hal yang terkait dengan keterbatasan penelitian, maka terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan, yaitu sebagai berikut:

1. Dalam penelitian ini, variabel-variabel yang perlu dipertahankan adalah privasi dan keamanan untuk variabel privasi meliputi perlindungan terhadap privasi pengguna sangat penting, penyediaan jasa menjamin

kerahasiaan barang yang di pesan dan penyediaan jasa menjamin kerahasiaan data pengguna. Variable keamanan meliputi penyediaan jasa memberikan jaminan keamanan dari ancaman hacker dari masuknya hal-hal lain di luar transaksi dan jaminan dari pemerintah dengan disahkannya Undang-Undang tentang 3 T.

2. Variabel sikap juga perlu dipertahankan terutama dalam aspek kegunaan, kemudahan, penggunaan, kompatibilitas, privasi dan keamanan.
3. Dalam penelitian ini, variable kegunaan, kemudahan penggunaan, kompatibilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap sikap. Tapi penyediaan jasa online tidak boleh mengabaikan ketiga variable tersebut, karena secara bersama-sama ketiga variable tersebut berpengaruh signifikan terhadap sikap belanja online.
4. Dalam penelitian ini, variabel kegunaan, kepercayaan normative dan self efficacy tidak berpengaruh signifikan terhadap sikap tapi penyediaan jasa online tidak boleh mengabaikan ketiga variabel tersebut, karena secara bersama-sama ketiga variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap minat belanja online.