

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa :

1. Dari hasil yang telah diuji dengan menggunakan regresi berganda, diketahui bahwa konsumen wanita lebih banyak berbelanja dimana berjumlah 54 orang dan konsumen pria yang berjumlah 46 orang dalam berbelanja online. Dan mereka semua adalah konsumen yang umurnya diatas 17-20 tahun dengan total pengeluaran berbelanja per bulan untuk secara online adalah dibawah Rp. 200.000,00.
2. Dalam faktor yang diteliti bagi konsumen yang memberikan timbal balik untuk website belanja yang dikunjunginya, secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen dalam membeli produk yang dijual secara *online*. Besarnya pengaruh timbal balik dapat dilihat dari uji signifikansi yaitu sebesar 0.638.
3. Dalam faktor yang diteliti bagi konsumen yang mengunjungi *website*, secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen dalam

membeli produk yang dijual secara *online*. Besarnya pengaruh mengunjungi website dapat dilihat dari uji signifikansi yaitu sebesar 0.110.

4. Dalam faktor yang diteliti bagi konsumen yang membuka website untuk berbelanja dan membeli produk dengan harga yang tinggi, secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen dalam membeli produk yang dijual secara *online*. Besarnya pengaruh membeli dengan harga yang tinggi dapat dilihat dari uji signifikansi yaitu sebesar 0.378.
5. Pengaruh *online shopping* hanya memberikan pengaruh terhadap minat beli konsumen yang berbelanja secara *online* di sebuah situs website tertentu sebesar (*Adjusted R. Square*) sebesar 0.015.
6. Hasil penelitian yang dilakukan dari penelitian ini faktor yang paling dominan mempengaruhi minat beli konsumen adalah faktor timbal balik. Dengan besar pengaruhnya 63,8 %. Timbal balik yang diberikan penjual kepada konsumen belum menentukan apakah konsumen akan membeli produk yang dijual atau tidak karena dipengaruhi oleh sebuah motivasi dan kebutuhan konsumennya. Sedangkan mengunjungi *website* berpengaruh sangat kecil.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh di atas, yang dapat disarankan bagi penjual *online* sebagai berikut :

1. Penjual *online* hendaknya lebih memperhatikan apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan dari seorang konsumen. Sehingga merasakan kepuasan dalam berbelanja *online*.
2. Bagi perusahaan yang menjual produk atau jasa melalui dunia maya (*internet*) dapat melakukan perbaikan atau penyempurnaan media iklan yang digunakan atau memberikan informasi kepada konsumen bahwa perusahaan mengadakan penjualan secara *online*.
3. Perlu adanya kajian lebih lanjut tentang faktor – faktor lain yang dapat mempengaruhi konsumen terhadap minat beli konsumen pada suatu produk.