

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dan pembahasan yang telah dilakukan dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut.

Analisis responden yang diperoleh berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan yaitu responden dengan jenis kelamin wanita lebih sering melakukan pembelian *online* terutama di Shopee, hal ini dikarenakan memang pada dasarnya wanita senang berbelanja. Berbicara mengenai berbelanja, wanita memang lebih sering tidak tahan godaan ketimbang kaum pria. Selain tergiur dengan banyaknya diskon yang ditawarkan, wanita juga tidak bisa menahan diri ketika melihat barang yang disukai (Senja, 2017)

Hasil analisis responden yang diperoleh berdasarkan usia menunjukkan bahwa usia 20-25 tahun merupakan usia yang paling banyak melakukan pembelian di Shopee. Hal ini karena usia tersebut memang masa-masa seseorang gemar melakukan pembelian *online* dan merupakan usia dimana seseorang mudah percaya terhadap situs belanja *online*. *Survey* terbaru lembaga riset *snappcart* tahun 2018 mengungkapkan bahwa generasi milenial menjadi pembelanja terbanyak di bidang *e-commerce* yakni sebanyak 50% (Tashandra, 2018).

Hasil analisis responden yang diperoleh berdasarkan jenis pekerjaan menunjukkan bahwa pelajar atau mahasiswa merupakan jenis pekerjaan

responden terbanyak dalam penelitian ini. Hal ini dikarenakan peneliti berfikir bahwa masyarakat yang banyak melakukan belanja *online* adalah kalangan pelajar atau mahasiswa dimana pelajar atau mahasiswa mudah tergiur dengan barang-barang yang dijual di *online shop* terlebih lagi *online shop* banyak menjual barang-barang dengan kualitas tinggi dan dengan harga yang terjangkau.

Hasil analisis responden yang diperoleh berdasarkan pendidikan terakhir menunjukkan bahwa responden dengan pendidikan terakhir SMA merupakan responden terbanyak dalam penelitian ini. Hal ini karena penelitian ini lebih banyak pada mahasiswa sehingga pendidikan terakhir para responden tersebut karena responden terbanyak merupakan pelajar atau mahasiswa sehingga pendapatan terbanyak responden tersebut pun <Rp. 5000.000.

Terdapat tiga faktor yang memengaruhi kepercayaan konsumen yang terdiri dari sistem keamanan yang digunakan di situs *web*, reputasi situs *web*, dan visualisasi dan desain situs *web* menunjukkan adanya pengaruh terhadap niat belanja *online* konsumen, dimana besarnya pengaruh kepercayaan konsumen terhadap niat belanja *online* di Shopee adalah 24,4% sedangkan sisanya 75,6% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya. Dari hasil yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa kepercayaan konsumen dapat menentukan niat konsumen dalam belanja *online*.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, ada beberapa keterbatasan penelitian yaitu:

1. Sampel penelitian ini terbatas yaitu pada masyarakat yang pernah melakukan pembelian di Shopee.
2. Terdapat faktor lain yang dapat memengaruhi niat belanja *online* di Shopee yang tidak dibahas oleh peneliti, seperti harga, promosi, dan fasilitas.
3. Penelitian ini hanya dilakukan terhadap *online shop* Shopee, yang membuat penelitian ini tidak dapat diterapkan pada *online shop* lainnya.

5.3 Implikasi Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, semoga penelitian ini dapat memberikan masukan bagi para penggunanya:

1. Perusahaan

Membantu para pengusaha untuk menjalankan strategi bisnisnya dan juga dapat membantu perusahaan untuk mengetahui seberapa penting tingkat kepercayaan konsumen pada *online shopping* dan apakah kepercayaan konsumen terhadap *online shopping* berpengaruh terhadap niat beli *online*, selain itu diharapkan perusahaan dapat membangun kepercayaan konsumen sehingga penjualan dalam perusahaan tersebut dapat meningkat. Selain itu penelitian ini bermanfaat bagi perusahaan untuk mengetahui apakah sistem keamanan yang digunakan di situs *web*, reputasi situs *web*, serta visualisasi dan desain situs *web* telah terbukti berdampak pada niat beli *online* atau tidak.

2. Akademisi

Sebagai bahan referensi dan juga penelitian ini diharapkan memberi kontribusi ilmiah pada kajian tentang kegiatan bisnis masyarakat.

3. Bagi peneliti lain

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi penelitian yang hampir mirip yang membahas tentang pengaruh kepercayaan konsumen terhadap niat beli *online*.

5.4 Saran

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan saran yang diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak-pihak terkait. Adapun saran-saran tersebut adalah sebagai berikut.

1. Bagi penelitian selanjutnya dapat menggunakan variabel yang lebih beragam, seperti kepuasan pelanggan, pengalaman berbelanja, dan rekomendasi dari orang lain.
2. Bagi penelitian selanjutnya dapat menggunakan sampel yang lebih beragam lagi dan tidak terbatas hanya pada responden yang pernah berbelanja di Shopee saja tetapi juga berbelanja di *online shop* lainnya seperti Lazada, Tokopedia dan lain sebagainya.