

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian data dan pembahasan yang telah dilakukan dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Sebagian besar jawaban responden untuk variabel *shopping mall design* berada pada taraf “setuju”, yang menggambarkan bahwa meningkatkan daya minat beli konsumen yang disediakan oleh Shopee.
2. Sebagian besar jawaban responden untuk variabel *flow* berada di taraf “setuju”, yang menggambarkan bahwa mereka meningkatkan daya minat beli konsumen yang diberikan oleh Shopee.
3. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Shopping Mall Design terhadap Minat Beli pada para pengguna Shopee dengan total pengaruh sebesar 33.2% dan besarnya pengaruh dari variabel lain yang tidak diamati adalah 66.8%.
4. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Flow terhadap Minat Beli pada pengguna Shopee dengan total pengaruh sebesar 54.1% dan besarnya pengaruh dari variabel lain yang tidak diamati adalah 45.9%.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan diantaranya, penelitian hanya memfokuskan pada variabel shopping mall design dan flow yang dilihat pengaruhnya terhadap minat beli, model penelitian yang digunakan hanya mampu menjelaskan sedikit dari hal-hal yang menyebabkan konsumen dapat meningkatkan daya beli konsumen terhadap produk barang atau jasa. Penelitian ini hanya menggunakan sampel sejumlah 150 orang yang semuanya terdiri dari masyarakat kota Bandung, sehingga tidak dapat mewakili seluruh populasi diluar sampel.

5.3 Implikasi Penelitian

5.3.1 Implikasi manajerial

Berdasarkan hasil penelitian yang menggunakan variabel *shopping mall design* dan flow dapat diketahui bahwa secara signifikan variabel tersebut dapat menjadi variabel yang penting dalam pengaruhnya terhadap minat beli konsumen yang ingin dibentuk oleh Shopee, sehingga implikasi manajerial ini lebih berfokus pada variabel tersebut.

Shopping Mall Design menjadi elemen terpenting dalam keberhasilan bisnis ritel online adalah bagaimana cara merancang tampilan website atau aplikasi yang menarik untuk meningkatkan niat pembelian yang positif. Hal tersebut terlihat dari hasil penelitian yang telah dilakukan bahwa *shopping mall design* berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen Shopee. Penelitian Hsu, dkk., (2012) dalam Youn, dkk (2014) menyatakan bahwa konsumen yang merasa dirinya terlibat masuk dalam keadaan *flow* selama penjelajahan *website* maka mereka lebih cenderung puas dan mempunyai minat untuk bertransaksi. Hal tersebut terlihat dari hasil penelitian yang telah dilakukan bahwa *flow* berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen Shopee.

Karena hal tersebut, diharapkan bagi perusahaan agar bisa terus berkomitmen untuk selalu memberikan yang terbaik untuk konsumennya dalam menyajikan kualitas desain aplikasi atau website yang menarik serta menciptakan pengalaman yang tak terlupakan bagi konsumen. Selain elemen desain, respons emosional konsumen juga penting untuk mempengaruhi evaluasi dari produk dan desain. Seorang desainer harus memahami interaksi antara reaksi emosional dan evaluasi kognitif dalam upaya untuk meningkatkan peluang keberhasilan bisnis online.

5.4 Saran

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

5.4.1 Peneliti

1. Peneliti menyarankan untuk memperluas populasi yang akan diambil untuk dijadikan sampel pada penelitian selanjutnya.
2. Bagi penelitian selanjutnya dapat menggunakan sampel yang beragam bukan hanya masyarakat di kota Bandung saja agar dapat mewakili semua populasi yang ada.
3. Peneliti menyarankan agar menambahkan dimensi pada variabel *flow* seperti *skills*, *interactivity*, dan *convenience* agar dapat lebih spesifik dalam penelitian tentang variabel *flow*.

5.4.2 Perusahaan

Peneliti menyarankan kepada pihak Shopee untuk dapat mempertahankan kualitas desain yang menarik, yang saat ini dirasa oleh konsumen sudah mencukupi (ditandai dengan banyaknya jawaban “setuju”) dari jawaban. Untuk itu, perusahaan dapat terus berusaha meningkatkan kualitas desain secara terus menerus, sehingga dapat meningkatkan minat beli konsumen.

