

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif kemenarikan desain *website* terhadap pembelian secara *online*. Hal ini dibuktikan dari nilai t hitung sebesar 2,846 dengan nilai signifikansi 0,005 lebih kecil dari 0,05 ($0,005 < 0,05$), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,283.
2. Tidak terdapat pengaruh positif kemudahan terhadap pembelian secara *online*. Hal ini dibuktikan dari nilai t hitung sebesar -0,522 dengan nilai signifikansi 0,603 lebih besar dari 0,05 ($0,603 > 0,05$), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar -0,052.
3. Tidak terdapat pengaruh positif kepercayaan terhadap pembelian secara *online*. Hal ini dibuktikan dari nilai t hitung sebesar 1,208 dengan nilai signifikansi 0,230 lebih besar dari 0,05 ($0,230 > 0,05$), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,122.
4. Tidak terdapat pengaruh positif keamanan terhadap pembelian secara *online*. Hal ini dibuktikan dari nilai t hitung sebesar 0,357 dengan nilai signifikansi 0,722 lebih besar dari 0,05

(0,722 > 0,05), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,037.

5. Tidak terdapat pengaruh positif risiko terhadap pembelian secara *online*. Hal ini dibuktikan dari nilai t hitung sebesar 1,562 dengan nilai signifikansi 0,122 lebih besar dari 0,05 (0,122 > 0,05), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,151.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian bahwa pembelian secara *online* dalam kategori tinggi, hal ini berarti bahwa belanja *online* di pandang menarik bagi sebagian kalangan. Walaupun demikian, *online shop* di sarankan memperbaiki berbagai kekurangan yang ada seperti meningkatkan kepercayaan konsumen dengan cara memperbaiki segala kekurangan yang ada seperti perlunya verifikasi yang lebih baik bagi pengguna. Meminimalisir risiko yang ada dengan memberikan informasi yang jelas tentang penjualan melalui *internet* kepada konsumen, sehingga konsumen paham mengenai proses transaksi di situs belanja *online* dengan aman. Sehingga kepercayaan konsumen pada situs belanja *online* semakin meningkat dan menumbuhkan keputusan pembelian konsumen.

2. Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan metode lain dalam meneliti kemenarikan desain *website*, kemudahan, kepercayaan, keamanan dan risiko terhadap keputusan pembelian secara *online*, misalnya melalui wawancara mendalam terhadap responden, sehingga informasi yang diperoleh dapat lebih bervariasi daripada angket yang jawabannya telah tersedia.