

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat dikemukakan kesimpulan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Sikap berpengaruh positif terhadap niat berbelanja *online* pada Toko *Online* Cahaya-id.com di Kota Padang.
2. Norma subjektif berpengaruh positif terhadap niat berbelanja *online* pada Toko *Online* Cahaya-id.com di Kota Padang.
3. Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap niat berbelanja *online* pada Toko *Online* Cahaya-id.com di Kota Padang.

5.2 Implikasi Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi implikasi praktis dan pedoman serta masukan bagi toko *online* Cahaya. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa niat berbelanja *online* konsumen pada toko *online* Cahaya di Kota Padang masih tergolong cukup baik atau belum dapat dikatakan baik. Oleh karena itu, diperlukan berbagai upaya untuk meningkatkan niat berbelanja *online* konsumen pada toko *online* Cahaya di Kota Padang dimasa yang akan datang.

Upaya peningkatan niat berbelanja *online* pada toko *online* Cahaya di Kota Padang sebagaimana yang dijelaskan di atas dapat dilakukan dengan meningkatkan persepsi kemudahan penggunaan. Hal ini disebabkan karena hasil penelitian ini telah membuktikan secara empiris bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan

merupakan variabel penting yang berpengaruh positif terhadap niat berbelanja *online* pada toko *online* Cahaya.

Dalam penelitian ini variabel persepsi kemudahan penggunaan telah tergolong ke dalam kategori baik (rata-rata 4,18 dan TCR 83,60%). Namun dimasa yang akan datang pihak Cahaya hendaknya mampu meningkatkan persepsi kemudahan penggunaan. Dengan demikian pihak Cahaya dipandang perlu untuk lebih memudahkan konsumen dalam menggunakan *website* agar tidak terjadi kesulitan saat konsumen melakukan belanja *online* ataupun melakukan transaksi.

Hal lain yang harus diperhatikan oleh pihak Cahaya sebagai upaya meningkatkan niat berbelanja *online* pada toko *online* Cahaya di Kota Padang adalah sikap konsumen. Hal ini disebabkan karena hasil penelitian ini telah membuktikan secara empiris bahwa variabel sikap merupakan variabel penting yang mempengaruhi niat berbelanja *online* pada toko *online* Cahaya.

Dalam penelitian ini variabel sikap telah tergolong ke dalam kategori baik (rata-rata 4,19 dan TCR 83,90%). Namun dimasa yang akan datang pihak Cahaya hendaknya lebih mampu memperhatikan sikap konsumen dengan cara meningkatkan item-item pernyataan pada variabel sikap yang memiliki skor rata-rata masih cukup baik misalnya dengan memperkenalkan *brand* Cahaya lebih luas agar lebih banyak dikenal oleh konsumen. Dengan demikian pihak Cahaya dipandang perlu meningkatkan komunikasi untuk mempengaruhi sikap konsumen terhadap niat berbelanja *online*, memberikan harga yang terjangkau, kualitas yang baik dan terus melakukan inovasi pada produk.

Hal lain yang harus diperhatikan oleh pihak Cahaya sebagai upaya meningkatkan niat berbelanja *online* pada toko *online* Cahaya di Kota Padang

adalah memperhatikan norma subjektif. Hal ini disebabkan karena hasil penelitian ini telah membuktikan secara empiris bahwa variabel norma subjektif merupakan variabel penting yang berpengaruh positif terhadap niat berbelanja *online* pada toko *online* Cahaya.

Dalam penelitian ini variabel norma subjektif telah tergolong ke dalam kategori baik (rata-rata 4,05 dan TCR 81,00%). Namun dimasa yang akan datang pihak Cahaya hendaknya mampu memperhatikan norma subjektif dengan cara meningkatkan item-item pernyataan pada variabel norma subjektif yang memiliki skor rata rata masih cukup baik. Dengan demikian pihak Cahaya dipandang perlu untuk mempengaruhi konsumen agar lebih tinggi keyakinan konsumen untuk berbelanja pada toko *online* Cahaya misalnya mengadakan *sale* pada *event* tertentu sebagai media mempromosikan produk Cahaya dan meningkatkan niat berbelanja konsumen.

5.3 Keterbatasan dan Saran

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

1. Penelitian ini belum menetapkan seluruh konsumen toko *online* Cahaya sebagai responden, karena masih menggunakan sampel dengan teknik penarikan sampel adalah *purposive sampling*. Dengan demikian disarankan pada peneliti selanjutnya agar menambahkan sampel yang mewakili responden toko *online* Cahaya agar mendapatkan hasil yang lebih baik.
2. Penelitian ini membatasi penelitian pada pengaruh sikap, norma subjektif dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap niat berbelanja *online* pada toko *online* Cahaya. Dengan demikian variabel-variabel lain dapat

mempengaruhi niat berbelanja *online* yang tidak masuk kedalam ruang lingkup penelitian ini. Penelitian selanjutnya dapat mengembangkan model penelitian ini dengan mempertimbangkan atau menambahkan variabel lain yang mempengaruhi niat berbelanja *online*.

3. Teknik analisis data dalam pengujian hipotesis masih menggunakan program SPSS. Dengan demikian, penelitian berikutnya disarankan agar menggunakan jenis program lainnya seperti Smart-PLS atau Amos untuk melihat apakah hasilnya akan sama dengan menggunakan SPSS.