

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Diri uraian bab-bab sebelumnya, maka pada bab ini penulis membuat suatu kesimpulan dan mencoba memberikan saran kepada penjual online shop mengenai pengaruh persepsi risiko terhadap keputusan pembelian online

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi resiko secara uji t (uji parsial) yaitu, risiko fisiologi memiliki hubungan yang negatif dengan pengaruh sebesar - 0,094 atau -9,4%, risiko psikologis memiliki hubungan yang negatif dengan pengaruh sebesar - 0,036 atau -3.6%, risiko keuangan memiliki hubungan yang positif dengan pengaruh sebesar 0,293 atau 29.3%, risiko kinerja memiliki hubungan yang positif dengan pengaruh sebesar 0,220 atau 22%, risiko sosial memiliki hubungan yang positif dengan pengaruh sebesar 0,186 atau 18,6%, risiko waktu memiliki hubungan yang positif dengan pengaruh sebesar 0.088 atau 8.8%. Sedangkan berdasarkan uji f (uji simultan) variabel persepsi resiko yaitu sebesar 3.089 yang artinya bahwa variabel tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian secara online. Berdasarkan kesimpulan diatas bahwa pengaruh persepsi resiko terhadap minat pembelian online secara koefisien determinasi sebesar 7,3% sedangkan sisanya sebesar 92,7% dipengaruhi faktor penelitian lain di luar penelitian.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka penulis dapat memberikan beberapa saran kepada pihak shopee, yaitu untuk meminimalkan kembali risiko fisiologi dan risiko psikologis kepada konsumen agar dapat membuat sebuah wadah atau komunikasi bagi sesama pelanggan dan juga

menampilkan citra atau pemikiran kepada pelanggan bahwa belanja secara online merupakan kebutuhan dan sesuatu yang dianggap modern. Dan untuk lebih meminimalkan kembali risiko fisiologi dan risiko psikologis karena kedua resiko tersebut tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pembelian secara online, pihak shopee sebaiknya dapat menampilkan atau menyajikan iklan bahwa belanja secara online lebih mudah dan nyaman serta memberikan kesenangan bagi para konsumen yang melakukan pembelian secara online.