

V. KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas, maka dapat ditarik suatu kesimpulan sebagai berikut :

1. Merek berpengaruh positif terhadap niat beli *online*. Artinya, semakin baik persepsi konsumen terhadap merek yang ditawarkan toko *online* maka akan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian di toko *online* tersebut.
2. Harga berpengaruh positif terhadap niat beli *online*. Artinya, semakin baik persepsi responden terhadap harga yang ditawarkan di toko *online*, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga produk, dan kesesuaian dengan manfaat produk, maka akan mempengaruhi konsumen melakukan pembelian produk pada toko *online* tersebut.
3. Kepercayaan berpengaruh positif terhadap niat beli *online*. Artinya, bahwa semakin tinggi kepercayaan konsumen selama bertransaksi di toko *online* dan semakin populer toko *online* tersebut maka akan mendorong seseorang untuk mau melakukan pembelian secara *online*.
4. Pengalaman pembelian sebelumnya berpengaruh positif terhadap niat beli *online*. Artinya, semakin baik pengalaman positif yang diperoleh sebelumnya dalam bertransaksi secara *online* akan membuat mendorong niat seseorang melakukan pembelian secara *online*.
5. Privasi berpengaruh positif terhadap niat beli *online*. Artinya, bahwa niat beli *online* salah satunya karena seseorang yakin bahwa toko *online* tempat

mereka membeli dapat menjaga privasi mereka dengan cara melindungi informasi konsumen.

B. Implikasi

1. Implikasi Manajerial

Sebagai upaya untuk menumbuhkan niat beli *online* pada konsumen, beberapa faktor yang diperlu diperbaiki antara lain :

- a. Menjual produk dengan merek-merek yang terkenal atau familiar dan model yang *up to date*. Karena pada kenyataannya konsumen memilih produk yang ada pada toko *online* karena merek yang memang terkenal atau familiar dan modelnya selalu *up to date* mengikuti perkembangan zaman saat ini.
- b. Harga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi niat beli *online*. Untuk harga sebaiknya toko *online* menawarkan produk dengan harga yang bersaing dan tidak mengurangi kualitas produk yang ditawarkan untuk menarik niat beli konsumen. Ada beberapa promosi untuk menarik niat beli online seperti dengan gratis ongkos kirim dan memberikan diskon.
- c. Kepercayaan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi niat beli online. Untuk meningkatkan dan mempertahankan kepercayaan, toko *online* dapat memberikan informasi yang jelas, lengkap, jujur yang menyangkut tentang produk dan profil toko *online* agar konsumen percaya dengan keberadaan toko *online* tersebut.

- d. Pengalaman pembelian sebelumnya didapatkan ketika seseorang pernah melakukan belanja *online* dan mendapatkan pengalaman yang positif. Untuk memperbaiki image pada konsumen, agar merasakan bahwa berbelanja di toko *online* merupakan hal yang menyenangkan dan aman dilakukan yaitu dengan cara membayar barang ketika pesanan kita sudah sampai ke tangan kita.
- e. Privasi merupakan hal penting dalam melakukan belanja *online*. Untuk meningkatkan dan memepertahakan kepercayaan privasi konsumen, toko *online* harus menjaga semua bentuk kerahasiaan konsumen khususnya yang berhubungan dengan privasi konsumen pada saat bertransaksi maupun setelah selesai bertransaksi.

2. Implikasi Teoritis

- a. Terkait dengan keterbatasan dalam penelitian ini, maka dalam penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang diindikasikan kuat mempengaruhi niat beli *online* seperti pembelian implusif, kualitas, dan kenyamanan.
- b. Penelitian selanjutnya juga perlu mengembangkan model penelitian dengan menambahkan variabel-variabel psikologis (motivasi, keyakinan, sikap dan tipe kepribadian) sebagai variabel mediasi. Terkait dengan subyek atau lokasi penelitian, peneliti selanjutnya sebaiknya memperluas cakupan penelitian, agar hasil penelitian nantinya dapat lebih digeneralisasi.