REPOSITORI IAIN KUDUS

BAB V
PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan melakukan observasi melalui kuesioner yang disebarkan pada generasi z se Kabupaten Jepara maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kesimpulan Hipotesis

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan pada uji hipotesis, maka terdapat beberapa kesimpulan sebagai berikut:

a. Persepsi risiko tidak memediasi pengaruh ketakutan akan kerugian finansial terhadap niat beli. Hal ini disebabkan karena ketakutan akan kerugian finansial negatif terhadap persepsi risiko, persepsi risiko positif terhadap niat beli konsumen, dan ketakutan kerugian finansial negatif terhadap niat beli konsumen. Maksudnya adalah persepsi risiko tidak bisa menjadi penghubung atau mediasi antara ketakutan akan kerugian finansial dan niat beli.

b. Persepsi risiko memediasi pengaruh kesadaran merek terhadap niat beli. Hal ini dikarenakan kesadaran merek negatif terhadap niat beli, kesadaran merek positif terhadap persepsi risiko dan persepsi risiko positif terhadap niat beli. Maksudnya yaitu karena kesadaran merek terhadap niat beli negatif maka diperlukan variabel penghubung atau mediasi antara kesadaran merek terhadap niat beli.

c. Persepsi risiko memediasi pengaruh merek website terhadap niat beli. Hal tersebut dikarenakan merek website negatif terhadap niat beli, merek website positif terhadap persepsi risiko dan persepsi risiko positif terhadap niat beli. Maksudnya yaitu karena merek website terhadap niat beli negatif maka diperlukan variabel penghubung atau mediasi antara merek website terhadap niat beli.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian ini, maka terdapat beberapa saran yang diajukan peneliti sebagai sarana untuk memperbaiki penelitian selanjutnya, antara lain:

1. Bagi pelaku usaha online

   Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa para pelaku usaha online harus memperhatikan persepsi risiko dalam

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

berbelanja online. Ketika para pelaku usaha mampu memahami kekhawatiran konsumen maka pelaku usaha dapat memikirkan strategi untuk meminimalisir risiko yang ada. Dengan meminimalisir risiko tersebut maka produk atau *e-commerce* akan mendapat respon yang positif dari konsumen sehingga dapat meningkatkan niat beli konsumen.

2. Bagi peneliti selanjutnya

   Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperbaiki keterbatasan yang ada dalam penelitian ini dengan menggunakan variabel yang berbeda atau menambahkan variabel yang berkaitan dengan faktor yang mempengaruhi niat beli konsumen serta disarankan untuk mengambil objek penelitian dan jumlah sampel yang berbeda untuk mengkaji model penelitian secara lebih mendalam sehingga diharapkan mampu memperoleh hasil yang lebih maksimal.

C. Keterbatasan

Penelitian ini telah dilakukan menurut prosedur penelitian yang berlaku namun penulis menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki keterbatasan, antara lain :

1. Penelitian ini masih memungkinkan untuk dikembangkan dan dikaji ulang model penelitian dengan dua aspek persepsi risiko yaitu persepsi risiko positif dan dan persepsi risiko negatif.
2. Variabel dalam penelitian ini hanya mengambil beberapa faktor yang dapat mempengaruhi niat beli konsumen, sehingga pada penelitian selanjutnya masih memungkinkan untuk menambah variabel lain terkait dengan niat beli konsumen seperti faktor kepercayaan.
3. Indikator pada variabel kesadaran merek hanya menggunakan dua indikator saja, sehingga dapat lebih diperluas lagi dengan indikator kesadaran merek yang lainnya.

REPOSITORI IAIN KUDUS