

BAB V

SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis pada bab sebelumnya dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Resiko transaksi, resiko produk, resiko kenyamanan, resiko kegagalan pengiriman, kebijakan pengembalian, infrastruktur pelayanan, Norma subyektif dan adopsi inovasi lebih awal secara bersama-sama berpengaruh terhadap perilaku belanja *online* pelanggan Tokopedia.com.
2. Resiko transaksi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku belanja *online*. Semakin tinggi resiko transaksi maka perilaku belanja *online* akan semakin rendah.
3. Resiko produk berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku belanja *online*. Semakin tinggi resiko produk maka perilaku belanja *online* akan semakin rendah.
4. Resiko kenyamanan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku belanja *online*. Semakin tinggi resiko kenyamanan maka perilaku belanja *online* akan semakin rendah.
5. Resiko kegagalan pengiriman berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku belanja *online*. Semakin tinggi resiko kegagalan maka perilaku belanja *online* akan semakin rendah.

6. Kebijakan pengembalian pengiriman berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku belanja *online*. Semakin baik kebijakan pengembalian pengiriman maka perilaku belanja *online* akan semakin tinggi.
7. Infrastruktur pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku belanja *online*.
8. Norma subyektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku belanja *online*. Semakin tinggi norma subyektif maka perilaku belanja *online* akan semakin tinggi.
9. Pengujian hipotesis kesembilan adopsi inovasi lebih awal berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku belanja *online*. Semakin tinggi adopsi inovasi lebih awal pelayanan maka perilaku belanja *online* akan semakin tinggi

B. Keterbatasan

1. Sampel penelitian terbatas pada konsumen Tokopedia.com. di Kota Yogyakarta.
2. Belum dilakukan analisis terhadap faktor-faktor lain yang mempengaruhi perilaku belanja online, seperti kepercayaan, resiko social dan resiko waktu.

C. Saran

1. Pihak pengelola Tokopedia.com hendaknya memperhatikan faktor-faktor resiko transaksi, resiko produk, resiko kenyamanan, resiko kegagalan pengiriman, kebijakan pengembalian, norma subyektif dan adopsi inovasi

lebih awal karena terbukti faktor-faktor ini berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

2. Penelitian yang akan datang hendaknya memperluas sampel penelitian pada konsumen Tokopedia.com.di luar Kota Yogyakarta.