BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan penjelasan dari bab sebelumnya, serta pembahasan yang disertai dengan teori dan konsep yang mendukung mengenai penelitian ini yang berjudul pengaruh persepsi resiko dan kemudahan terhadap keputusan pembelian pada Produk Fashion secara online pada remaja di Kota Bandung, maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut

1. Persepsi resiko yang didalamnya diukur melalui 3 indikator, yaitu resiko produk, resiko transaksi, dan resiko psikologis. Indikator resiko produk memperoleh persentase skor tertinggi dengan kategori cukup baik, sedangkan resiko transaksi memperoleh skor yang paling rendah dengan kategori kurang baik. Namun secara umum semua indikator masuk dalam kategori cukup baik.Hal ini di sebabkan karena Produk yang diterima sering kali berbeda dari ekspetasi produk yang diharapkan konsumen. Selain itu Konsumen memiliki persepsi atas transaksi yang dilakukan jika membeli barang secara onlibe mereka khawatir terjadi penipuan yang dilakukan oleh penjual online. Hal ini mengindikasikan bahwa secara keseluruhan persepsi resiko pada Produk Fashion secara online pada remaja di Kota Bandung masih harus dibenahi.

2. Kemudahan dalam membeli secara online pada remaja di Kota Bandung berada pada kategori baik, terdiri dari 3 indikator yaitu efisiensi waktu, kemampuan melakukan transaksi dan penggunaan yang fleksibel. Efisiensi waktu yang memperoleh persentase tertinggi dengan kategori cukup baik, sedangkan indicator penggunaan yang fleksibel memperoleh persentase terendah dengan kategori kurang baik. Hal ini dapat dilihat dikeluhkan konsumen karena Produk yang diterima sering kali terlambat datang karena adanya masalah pada perusahaan kurir dan Konsumen memiliki rasa malas untuk bertransaksi online dikarenakan mereka harus terlebih dulu mentransfer uang dahulu,konsumen merasa tidak nyaman dengan aturan tersebut.
3. Dari 3 indikator keputusan pembelian, yaitu pemilihan terhadap produk, pemilihan terhadap merek dan pemilihan terhadap saluran distribusi. Indikator pemilihan terhadap merek memperoleh persentase skor tertinggi dengan kategori cukup baik, sedangkan indikator pemilihan terhadap produk memperoleh persentase terendah dengan kategori cukup baik. hal tersebut dikarenakan adanya masalah yaitu banyaknya produk-produk KW yang dikui oleh si penjual adalah produk original serta berbedanya barang yang diterima dari ekspetasi yang diharapkan.
4. Secara parsial maupun simultan penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh antara persepsi resiko dan kemudahan terhadap keputusan pembelian, hal ini ditunjukkan dengan pengujian hipotesis yang menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan dari persepsi resiko dan kemudahan terhadap

keputusan pembelian Produk Fashion secara online pada remaja di Kota Bandung

5.2 Saran

Setelah penulis memberikan kesimpulan dari hasil penelitian tentang persepsi resiko dan kemudahan terhadap keputusan pembelian Produk Fashion secara online pada remaja di Kota Bandung, maka penulis akan memberikan beberapa saran yang dapat digunakan oleh:

1. Pembeli harus lebih mampu memperhatikan dan memahami proses pembelian yang harus dilakukan. Selain itu pembeli pun lebih baik melakukan pembelian dengan cara menggunakan akun – akun penjualan khusus seperti Tokopedia, blibli.com atau lain sebagainya karena hal itu mampu mempercepat dalam proses transaksi yang dilakukan dan meminimalisir terjadi nya penipuan karena penjual ada di bawah naungan badan tersebut.
2. Pembeli seharusnya lebih bisa mendeteksi kemudahan yang diharapkan seperti menyesuaikan rekening yang digunakan oleh penjual. Selain itu pembeli juga harus menanyakan terlebih dahulu kepastian kepada penjual produk yang di pesan sampai di tempat tujuan berapa lama setidaknya agar konsumen sedikitnya mendapatkan jaminan kedatangan produk yang telah dipesannya

3. Pembeli harus bisa lebih selektif dalam memilih penjual produk fashion yang benar – benar bisa dipercaya agar dalam proses resiko yang di tanggung bisa lebih diminimalir tidak hanya dengapn melihat merek atau jenis produk yang di jual saja, tetapi bisa juga dengan membandingkan harga jual yang ditetapkan oleh sang penjual agar produk yang di inginkan mampu sesuai dengan ekspektasi kita.
4. Pengaruh antara persepsi resiko dan kemudahan terhadap keputusan pembelian Produk Fashion secara online pada remaja di Kota Bandung bisa di bilang sudah berjalan baik, pada kondisi ini seharusnya bisa dimanfaatkan oleh penjual untuk tetap memberikan kepercayaan kepada konsumen agar tetap menjadi pelanggan sejati. Dan penjual pun harus lebih mempermudah proses pembelian produk agar terjadinya keselarasan antara penjual dan pembeli.