

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti jabarkan mengenai **“Eksistensi Diri Pelanggan *Online Shop* “(Studi Deskriptif Tentang Eksistensi Diri Pelanggan *Online Shop* Di Kalangan Remaja Kabupaten Indramayu),** maka peneliti menyimpulkan sebagai berikut:

1. Kepercayaan diri remaja kabupaten indramayu terbentuk dari keyakinan diri dalam pergaulan dan mengekspos diri saat terjadi aktifitas berbelanja online. Pelanggan juga merekomendasikan aktifitas belanja onlinenya kepada teman dan kerabatnya karena menyakini bahwa aktifitas belanja onlinenya itu adalah benar dan sesuai yang diharapkan.
2. Kesadaran diri remaja kabupaten indramayu bagi pengguna *online shop* dapat dilihat dari produk-produk terbaru/tren dan harga yang berbeda-beda dengan kualitas yang sama sehingga dan merasa bahwa dirinya puas setelah berbelanja di *online shop*. Berbelanja di *online shop* memiliki efek negatif, terlalu praktis menggunakannya terkadang suka terlalu berlebihan berbelanja online padahal barang-barang yang tidak di beli tidak terlalu di perlukan tetapi dalam kondisi keuangan yang memungkinkan.
3. Daya Tarik remaja kabupaten indramayu dapat dilihat dari penggunaannya yang praktis dan mudah untuk memperoleh yang produk dibutuhkan oleh konsumen dan dapat melihat produk-produk terbaru/tren sehingga mereka

membeli produk tersebut dapat mengikuti gaya hidup yang sedang tren seiring berjalannya waktu, dalam hal ini banyak yang rajin belanja dan bukan remaja saja yang rajin belanja di *online shop*, sejauh ini pun ibu rumah tangga juga banyak yang belanja di *Online* bahkan ada yang lebih jumlah transaksinya, biasanya mereka jual kembali barang yang mereka beli di *Online Shope* atau disebut juga *reseller*. Untuk saat ini daya tarik mengalami hal negatif di *Online shop* karena barang yang datang tidak sesuai, tapi itu bisa di atasi dengan cara menukar produk yang dilengkapi dengan bukti video saat kita *unboxing* paket itu jadi kalau barang itu tidak sesuai toko tersebut juga pasti bisa menangani. Yang paling dominan terhadap eksistensi dapat dilihat dari daya tarik pelanggan dalam memenuhi kebutuhannya yang membandingkan produk/fashion yang sedang tren dan harga sesuai dengan budget mereka sendiri

5.2 Saran

Setelah melakukan penelitian, peneliti mampu menyampaikan beberapa saran sesuai dengan hasil pengamatan dalam penyusunan skripsi ini bagi para pengguna *online shop*.

5.2.1 Saran Bagi Remaja Kabupaten Indramayu

1. Online shop memberikan berbagai kemudahan yang instan dalam transaksi, selain itu juga sebagai bahan pertimbangan Remaja di Indramayu membuktikan bahwa online shop juga menimbulkan kekecewaan karena barang yang di inginkan tidak sesuai yang di inginkan. Selain itu, Remaja

di Indramayu di tuntut untuk lebih teliti dan berhati-hati saat melakukan belanja online shop.

2. Pembelian barang pada jasa online shop telah sering dilakukan hingga menjadi suatu kebiasaan dikalangan Remaja yang mengakibatkan suatu kecenderungan sehingga Remaja menomor duakan kepentingan akademis nya, hal tersebut tidaklah salah akan tetapi sangat diperlukan kesadaran diri akan pentingnya pemenuhan keperluan akademis yang seharusnya lebih diutamakan sebagai penunjang prestasi belajar.
3. daya tarik sendiri, memberikan efek bagi konsumen seperti boros, ketergantungan, dan berbelanja secara tidak sadar. Kepada remaja, mahasiswa dan pengguna lainnya kiranya lebih bijak dalam menentukan perbelanjaan yang pas dalam segi pengeluaran, dan tetap berhati-hati dalam pembelian secara *online* dan utamakan berbelanja di *official store* dan *store* yang rating penjualannya tinggi. Untuk mencapai eksistensi diri Remaja Kabupaten Indramayu bukan hanya berbelanja online, melainkan dapat meningkatkan karya-karya para remaja dari hal-hal lain yang bermanfaat dan dapat mengaktualisasikan dirinya di jaman modern ini.

5.2.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya

Untuk penelitian selanjutnya dengan topik yang sama, hasil penelitian ini bisa dijadikan dasar untuk melakukan penelitian yang lebih mendalam untuk setiap karakteristik-karakteristik profil konsumen sesuai dengan teori perilaku konsumen khususnya ketika berbelanja di *website/aplikasi e-commerce*. Penelitian ini juga

bisa diuji terhadap populasi yang lebih luas agar mendapatkan hasil yang lebih akurat.