

BAB V

KESIMPULAN dan SARAN

5.1 Kesimpulan

Adapun pada penelitian ini memiliki tujuan yang ingin dicapai, yaitu menguji dan membuktikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi niat membeli pakaian muslim di *web* toko pakaian muslim daring. Oleh karena itu berdasarkan hasil penelitian ini, ditemukan beberapa kesimpulan serta diharapkan dapat memberikan jawaban terhadap rumusan masalah pada penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

- 1) Terdapat pengaruh tidak signifikan religiusitas terhadap niat membeli pakaian *web* toko pakaian muslim daring, sehingga hipotesis H1 ditolak
- 2) Terdapat pengaruh tidak signifikan kualitas *web* terhadap niat membeli pakaian *web* toko pakaian muslim daring, sehingga hipotesis H2 ditolak
- 3) Terdapat pengaruh tidak signifikan utilitarian shopping value terhadap niat membeli pakaian *web* toko pakaian muslim daring, sehingga H3 ditolak
- 4) Terdapat pengaruh signifikan hedonic shopping value terhadap niat membeli pakaian *web* toko pakaian muslim daring, sehingga H4 diterima

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang dijelaskan pada penelitian ini, maka peneliti mengajukan saran-saran sebagai berikut :

- 1) Untuk Penelitian Selanjutnya:
 - a. Penelitian ini dapat juga dilakukan kembali dengan pilihan objek yang berbeda, contohnya toko retailer muslim, *web* toko daring komersial lainnya, ataupun layanan jasa daring yang berbasis *web* atau aplikasi.
 - b. Penelitian ini juga dapat dilakukan kembali dengan pembahasan variabel yang berbeda. Contohnya seperti loyalitas merek, citra merek, niat pembelian ulang, ataupun keputusan pembelian.

- c. Dapat dilihat dari hasil pada penelitian ini, didapati bahwa religiusitas, kualitas *web*, dan utilitarian shopping value menunjukkan hasil yang tidak signifikan terhadap niat membeli. Ada baiknya untuk para peneliti selanjutnya untuk mempertimbangkan lokasi penelitian, dan kondisi agar variabel-variabel yang mempengaruhi niat membeli dapat diuji dengan tepat sesuai keadaan yang ada.

2) Untuk *web* toko pakaian muslim daring

- a. Walaupun para pengunjung yang terdata pada penelitian ini sebagian besar dari kaum wanita, akan tetapi ada baiknya bagi para praktisi atau perusahaan *web* toko pakaian muslim daring untuk memperhatikan pengadaan produk bagi kaum pria. Serta juga kualitas pakaian bagi kaum wanita maupun pria, dikarenakan para pengunjung *web* toko pakaian muslim daring juga dari berbagai kalangan tingkat pendapatan.
- b. Dapat dipertimbangkan juga bagi para praktisi atau perusahaan untuk mengembangkan strategi yang dapat mengaitkan antara rasa religiusitas para pengunjung dengan niat membeli. Dikarenakan keseluruhan para pengunjung *web* toko pakaian muslim daring yang didapati pada penelitian ini adalah individu-individu yang cukup baik dalam berkomitmen dengan ibadah dan agama Islam.
- c. Begitu juga dari sisi kualitas *web* bagi para praktisi dan perusahaan *web* toko pakaian muslim daring, ada baiknya untuk dapat menjaga atau meningkatkan aspek kualitas yang terlibat pada *web* toko pakaian muslim daring, untuk meningkatkan niat membeli para pengunjung. Seperti pada aspek tampilan *web*, keamanan akun-akun pelanggan pada *web*, kualitas informasi, dan lainnya.

- d. Adapun dari sisi *utilitarian shopping value* yang dapat dipertimbangkan juga bagi para praktisi dan perusahaan *web* toko pakaian muslim daring. Cukup baik bagi para praktisi dan perusahaan toko pakaian muslim daring untuk dapat memanfaatkan strategi pengembangan bisnis yang dapat memancing *utilitarian shopping value* dari para pengunjung untuk mendorong niat membeli. Seperti fungsionalitas *web* yang dapat menunjang *utilitarian shopping value* para pengunjung atau pelanggan.
- e. Pengaruh signifikan yang ditunjukkan oleh *hedonic shopping value* perlu dicermati juga bagi para praktisi dan perusahaan *web* toko pakaian muslim daring, dengan memanfaatkan strategi pengembangan bisnis yang dapat memancing *hedonic shopping value* dari para pengunjung untuk mendorong niat membeli. Beberapa cara diantaranya dapat dilakukan perluasan dan gencar dalam iklan ataupun kegiatan-kegiatan promosi lainnya yang dapat merangsang sisi hedonis para pengunjung. Dikarenakan hasil menunjukkan bahwa keadaan sekarang ini konsumen ataupun calon konsumen lebih menuntut kesenangan dan hiburan untuk mendorong niat membeli di *web* toko pakaian muslim daring dibandingkan nilai utilitarian.