

## BAB V

### KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan kajian teoretik dan deskripsi hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab – bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Terdapat hubungan yang positif antara sikap dan norma subjektif dengan niat pembelian secara *online* di Tokopedia.com pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta di Jakarta. Persamaan regresi  $\hat{Y} = 38,652 + 0,236 X_1 + 0,195 X_2$ . Koefisien sikap ( $X_1$ ) dan norma subjektif ( $X_2$ ) bernilai positif artinya terdapat pengaruh antara sikap dan norma subjektif dengan niat pembelian secara *online*. Sikap dan norma subjektif untuk menjelaskan niat pembelian secara *online* di Tokopedia.com pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta secara simultan yaitu 16,6% sedangkan sisanya 83,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.
2. Terdapat hubungan yang positif antara sikap dengan niat pembelian secara *online* di Tokopedia.com pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Persamaan regresi  $\hat{Y} = 48,341 + 0,308 X_1$ . Hal ini berarti jika Sikap ( $X_1$ ) nilainya 0, maka Niat Pembelian Secara *Online* (Y) mempunyai nilai sebesar 48,341. Nilai koefisien  $X_1$  sebesar 0,308 yang berarti apabila Sikap ( $X_1$ ) mengalami peningkatan sebesar 1 poin maka Niat Pembelian Secara *Online* (Y) akan meningkat sebesar 0,308 pada konstanta sebesar 48,341. Koefisien  $X_1$  bernilai positif artinya

terdapat pengaruh antara sikap dengan niat pembelian secara *online*. Hal tersebut menjelaskan bahwa semakin meningkat sikap maka semakin meningkat pula niat pembelian secara *online*. Niat pembelian secara *online* ditentukan oleh sikap sebesar 11,2% dan sisanya 88,8% ditentukan oleh faktor lain yang tidak diteliti.

3. Terdapat hubungan yang positif antara norma subjektif dengan niat pembelian secara *online* di Tokopedia.com pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Persamaan regresi  $\hat{Y} = 53,985 + 0,260 X_2$ . Hal ini berarti jika Norma Subjektif ( $X_2$ ) nilainya 0, maka Niat Pembelian Secara *Online* ( $Y$ ) mempunyai nilai sebesar 53,985. Nilai koefisien  $X_1$  sebesar 0,260 yang berarti apabila Norma Subjektif ( $X_2$ ) mengalami peningkatan sebesar 1 poin maka Niat Pembelian Secara *Online* ( $Y$ ) akan meningkat sebesar 0,260 pada konstanta sebesar 53,985. Koefisien  $X_1$  bernilai positif artinya terdapat pengaruh antara norma subjektif dengan niat pembelian secara *online*. Hal tersebut menjelaskan bahwa semakin tinggi norma subjektif maka semakin tinggi pula niat pembelian secara *online*. Niat pembelian secara *online* ditentukan oleh norma subjektif sebesar 10,7% dan sisanya 89,3% ditentukan oleh faktor lain yang tidak diteliti.

## B. Implikasi

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan, hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa sikap dan norma subjektif adalah salah satu faktor yang mempengaruhi niat pembelian secara *online*. Sikap dan norma subjektif juga berpengaruh positif dan signifikan dengan niat pembelian secara *online*. Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan.

Berdasarkan hasil rata – rata hitung skor masing – masing indikator dari variabel niat pembelian secara *online* terlihat bahwa dimensi yang memiliki skor tertinggi adalah *intentions are volitional* dengan indikator kehendak seseorang sebesar 34,01% dan dimensi yang memiliki skor terendah adalah dimensi *intentions are also reason – centred* dengan indikator kestabilan diri sebesar 32,79%.

Dari hasil pengolahan data, Tokopedia.com sebaiknya menaruh perhatian lebih pada dimensi, indikator dan sub indikator yang memiliki skor rendah agar dilakukan perbaikan untuk ke depannya, seperti dimensi terendah variabel niat pembelian secara *online*, yaitu dimensi *intentions are also reason – centred* dengan indikator kestabilan diri, variabel sikap dimensi terendahnya adalah kognitif dengan indikator pengetahuan konsumen dan untuk norma subjektif, sub indikator yang memiliki skor terendah adalah sub indikator pendapat orang tua. Selain itu, Tokopedia.com harus bisa mempertahankan dimensi, indikator dan sub indikator yang mempunyai skor tinggi, sehingga niat pembelian secara *online* di Tokopedia pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta dapat meningkat.

### C. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi yang dikemukakan di atas, maka peneliti memiliki beberapa saran yang mungkin dapat bermanfaat dalam meningkatkan niat pembelian secara *online* di Tokopedia.com, antara lain:

1. Tokopedia.com harus lebih menciptakan program pemasaran yang mudah diketahui konsumen terhadap Tokopedia.com sehingga respon dari konsumen sendiri menjadi lebih baik, sehingga niat pembelian secara *online* di Tokopedia.com menjadi lebih maksimal.
2. Dari sisi konsumen, lebih memperbanyak pendapat dari orang terdekat yang pernah berbelanja *online* di Tokopedia.com untuk mengetahui sisi positif atau hal-hal yang sebaiknya harus diperhatikan ketika berbelanja *online* di Tokopedia.com.