

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM), maka dapat ditarik kesimpulan untuk memprediksi perilaku calon konsumen dalam *Purchase Intention* pada *e-retail* pada *AuthenticStoreSby* saran detail disimpulkan sebagai berikut:

1. *Innovativeness* berpengaruh positif terhadap *Purchase intention*, pada calon konsumen *AuthenticStoreSby* yang memiliki *Innovativeness* atau ingin mencoba hal yang baru maka akan berdampak pada niat untuk membeli, oleh karena itu hipotesis 1 dalam penelitian ini di terima.
2. *Risk* berpengaruh negatif terhadap *Purchase intention* Karena *risk* tidak mempengaruhi niat beli dari calon *customer*. Oleh karena itu hipotesis 2 yang diajukan dalam penelitian ini, diterima.
3. *Innovativeness* berpengaruh negatif terhadap *Risk*, karena seseorang dengan keinginan untuk mencoba hal baru akan menekan resiko yang terkait. Oleh karena itu hipotesis 3 yang diajukan dalam penelitian ini, diterima.
4. *Innovativeness* berpengaruh positif terhadap *Purchase intention* melalui *Risk* Pengaruh keinginan mencoba terhadap hal yang baru akan menekan resiko sehingga meningkatkan keinginan untuk membeli. Oleh karena itu hipotesis 4 yang diajukan dalam penelitian ini, diterima.

5.2 Saran

Dari hasil penelitian dan simpulan yang telah disebutkan di atas, maka dapat diajukan saran sebagai berikut:

1. Bagi Para Pelaku Usaha:
 - a. Online shop AuthenticStoreSby harus meningkatkan kualitas tentang keamanan bertransaksi melalui media online sehingga dapat mengurangi persepsi resiko yang ada dan meningkatkan niat berbelanja dari calon *customer* AuthenticStoreSby.
 - b. Online shop AuthenticStoreSby menyediakan sarana pembayaran yang variatif untuk mempermudah konsumen membeli produk.
2. Bagi Penelitian selanjutnya :
 - a. Penelitian selanjutnya dapat dilakukan di obyek online shop lain karena penelitian ini hanya menggunakan satu obyek Online shop AuthenticStoreSby
 - b. Untuk penelitian selanjutnya dapat digunakan object yang menjual barang aksesoris untuk pria .

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Abdullah, R., Ismail, N., Rahman, A. F., Suhairin, M., dan Safie, S. K., 2012, The Relationship Between Store Brand and Customer Loyalty in Retailing in Malaysia, *Asian Social Science*, Vol. 8, No. 2, pp 171-184.
- Ajzen, I., dan Fishbein, M., 1977, Attitude-behavior Relations: A Theoretical Analysis and Review of Empirical Research, *Psychological Bulletin*, Vol. 84, No. 5, pp 888-918.
- Ajzen, I., dan Fishbein, M., 2005, The Influence of Attitudes on Behavior.
- Aldás-Manzano, J., Lassala-Navarré, C., Ruiz-Mafé, C., dan Sanz-Blas, S., 2008, The Role of Consumer Innovativeness and Perceived Risk in Online Banking Usage, *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 27, No. 1, September: pp 53-75.
- Ferdinand, 2006, *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fishbein, M., dan Ajzen, I., 1975, *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*, MA: Addison-Wesley Publishing Company.
- Gefen, D., Rao, V. S., dan Tractinsky, N., 2003, The Conceptualization of Trust, Risk and Their Relationship in Electronic Commerce: The Need For Clarification, *Proceedings of the 26th Hawaii International Conference on System Sciences*.
- Ghozali, I., dan Fuad, 2005, *Structural Equation Modeling: Teori, Konsep, dan Aplikasi dengan Program Lisrel 8.54*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, I., 2006, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goldsmith, R. E., dan Hofacker, C. F., 1991, Measuring Consumer Innovativeness, *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 19, No. 3, pp 209-221.

- Goldsmith, R. E., 2000, Identifying Wine Innovators: A Test of The Domain Specific Innovativeness Scale Using Known Groups, *International Journal of Wine Marketing*, Vol. 12, No. 2, pp 37-46.
- Gurnelius, S., 2011, *30-minute Sosial Media Marketing*, USA: McGraw-Hill Co.
- Hair, J. F., 2011, An Assessment of The Use of Partial Least Squares Structural Equation Modeling in Marketing Research, *Academy of Marketing Science 2011*.
- Joseph, B., dan Vyas, S. J., 1984, Concurrent Validity of A Measure of Innovative Cognitive Style, *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 12, No. 1, pp 159-175.
- L. Leelayouthayotin, 2004, Factors Influencing Online Purchase Intention: The Case of the Health Food Consumers in Thailand, (On-Line) Available, Retrieved from http://eprints.usq.edu.au/149/1/Thesis_August_04.pdf
- Masoud, E. Y., 2013, The Effect of Perceived Risk on Online Shopping in Jordan, *European Journal of Business and Management*, Vol. 5, No. 6.
- Mukherjee, A., dan Nath, P., 2003, A Model of Trust in Online Relationship Banking, *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 21, No. 1, pp 5-15.
- Peter, J. P., dan Ryan, M. J., 1976, An Investigation of Perceived Risk at The Brand Level, *Journal of Marketing Research*, Vol. 2, No. 13, pp 184-188.
- Ram, S., 1989, Innovation Using Strategies to Consumer: An Empirical Test, *Journal of Product Innovation Management*, Vol. 6, No. 1, pp 20-34.
- Rampl, L. V., Eberhardt, T., Schütte, R., dan Kenning, P., 2012, Consumer Trust in Food Retailers: Conceptual Framework and Empirical Evidence, *International Journal of Retail & Distribution Management*, Vol. 40, No. 4, pp 254-272.

- Rogers, E.M., 1995, *Diffusion of Innovations, 4th ed*, NY: The Free Press.
- Schiffman, L., dan Kanuk L. L., 2000, *Perilaku Konsumen Edisi 7*, Jakarta: Indeks.
- S. Shim, M. A., Eastlick, S. L., Lotz, dan Warrington, P., 2001, An Online Prepurchase Intentions Model: The Role of the Intention of Research, *Journal of Retailing*, Vol. 77, No. 3, pp 397-416.
- Sugiyono, 2005, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2011, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&*, Bandung: AFABETA, cv.
- Sugiyono, 2013, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Susanti, C. E., dan Tedjasuksmana, B., 2012, Effect Of Knowledge On Nutrition Diet Behavior With Attitude To Mediation Functional Foods For Diabetes Mellitus Patients In Surabaya, *Proceedings of Conference In Business, Accounting and Management (CBAM)*, Vol. 1, No. 1.
- Thakur, 2015, A Study on The Impact of Consumer Risk Perception and Innovativeness on Online Shopping in India, *International Journal of Retail & Distribution Management*, Vol. 43, No. 2, pp 148-166.
- Umar, H., 2003, *Metode Riset Komunikasi Organisasi*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Wells, J. D., Campbell, D. E., Valacich, J. S., dan Featherman, M., 2010, The Effect of Perceived Novelty on The Adoption of Information Technology Innovations: A Risk/Reward Perspective, *Decision Sciences*, Vol. 41, No. 4, pp 813-843.
- W. B., Dodds, K. B., Monroe dan D. Grewal., 1991, The Effects of Price, Brand and Store Information on Buyers of their Product Evaluations, *Journal of Marketing Research*, Vol. 28, No. 3, pp 307-319.

Yamin, S., dan Kurniawan, H., 2009, *Structural Equation Modeling: Belajar Lebih Mudah Teknik Analisis Data Kuesioner dengan Lisrel-PLS*, Jakarta: Salemba Infotek.