

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan dengan menggunakan analisis *Structural Equation Model*, maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut :

1. *Customisation* terbukti berpengaruh positif terhadap *Attitude*.
2. *Intrusiveness* tidak terbukti mempengaruhi *Attitude*.
3. *Permission* terbukti berpengaruh positif terhadap *Attitude*.
4. *Attitude* terbukti berpengaruh positif terhadap *Purchase Intention*.
5. *Customisation* terbukti berpengaruh positif terhadap *Purchase Intention* melalui *Attitude*.
6. *Intrusiveness* tidak terbukti mempengaruhi *Purchase Intention* melalui *Attitude*.
7. *Permission* terbukti berpengaruh positif terhadap *Purchase Intention* melalui *Attitude*.

5.2 Saran

Berdasarkan simpulan yang telah dikemukakan dapat diberikan beberapa rekomendasi yang berupa saran-saran yang dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan:

1. Iklan MatahariMall.com sebaiknya menyesuaikan dengan karakteristik konsumennya. Mengingat kesesuaian pesan mempengaruhi sikap konsumen pada MatahariMall.com.
2. MatahariMall.com sebaiknya tidak melakukan pengiklanan dengan cara *intrusive add*, karena meskipun dalam penelitian ini tidak ada pengaruhnya dengan sikap konsumen, tetapi

pengiklanan dengan cara ini terbukti mengganggu kenyamanan para pengguna internet.

3. Alangkah baiknya apabila MatahariMall.com melakukan pengiklanan dengan cara *permission marketing*. Karena pengiklanan dengan cara ini dianggap modern dan lebih disukai oleh konsumen. Caranya bisa dengan memberikan *form* data konsumen setelah konsumen mengunjungi laman atau setelah berbelanja di MatahariMall.com.
4. Iklan MatahariMall sebaiknya menampilkan segala hal dengan benar, misalnya harga. Sebaiknya harga yang tertera adalah harga akhir, karena biasanya harga yang tertera belum termasuk biaya lainnya. Hal ini berpengaruh pada sikap konsumen terhadap MatahariMall.com.
5. Iklan MatahariMall sebaiknya lebih menampilkan produk yang berkualitas dan menjadi *best seller* agar lebih meningkatkan minat beli konsumen pada MatahariMall.com.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Aaron, G., Adam, H., Lachlan, M., 2015, The effects of location-based-services on consumer purchase intention at point of purchase, *European Journal of Marketing*, Vol. 49 Iss 9/10 pp. 1686 – 1708.
- Ajzen, I., & Fishbein, M., 1975, *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*, Addison-Wesley, Reading, MA.
- Ajzen, I., 2005, *Attitudes, Personality and Behavior 2nd Edition*, McGraw-Hill Professional Publishing, Berkshire, GBR.
- Arikunto, S., 1995, *Memilih Instrumen Pengumpul Data dalam Manajemen Penelitian*, Jakarta:Rineka Cipta.
- Durianto, D., Sugiarto., Sitinjak, T., 2001, *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Godin, S., 1999, *Permission marketing: turning strangers into friends, and friends into customers*, New York:Simon & Schuster.
- Ghozali, I., dan Fuad, 2008, *Structural Equation Modeling: Teori, Konsep dan Aplikasi Dengan Program Lisrel 8.0*, Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Hermawan, A., 2005, *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif*, Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Laudon, K., dan Laudon, J., 2010, *Management Information System*, Pearson Education, United States.
- Ma'ruf, H., 2006, *Pemasaran Ritel*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

- McGoldrick, P. J., 2002, *Retail Marketing*, Shoppenhangers Road, Maidenhead, Berkshire:McGraw-Hill Education.
- Nazaruddin, S., 2011, *Android Pemrograman Aplikasi Mobile Smartphone dan Tablet PC Berbasis Android*, Bandung: Informatika.
- Sarjono, H., dan Julianita W., 2015. *Structural Equation Modeling (SEM):Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Penelitian Bisnis*, Jakarta: Salemba Empat.
- Silalahi, 2003, *Pengantar Metode Penelitian*, Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono., 2013, *Metode Penelitian Bisnis*, Cetakan ke 17, Bandung: Alfabeta.
- Umar, H., 2005, *Metode Penelitian*, Jakarta : Salemba Empat.
- Wojowasito, S., dan Tito, W., 1991, *Kamus Lengkap Inggris-Indonesia*, Bandung:Hasta.
- Yamin, S., dan Kurniawan, H., 2009. *Structural Equation Modeling:Belajar Lebih Mudah Teknik Analisis Data Kuesioner dengan Lisrel-PLS*, Edisi Kedua, Jakarta: Salemba Infotek.