

BAB IV

PENUTUP

1.1 Kesimpulan

Setelah dilakukan pengolahan dan analisis data secara bertahap variabel keamanan bertransaksi, kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko terhadap minat beli pada situs *e-commerce* Lazada di Kota Semarang, maka dalam penelitian ini diperoleh kesimpulan dan saran.

- 1) Keamanan bertransaksi kondisinya baik, dengan skor diatas rata-rata. Namun masih ada sebagian kecil yang masih ragu-ragu tentang keamanan di Lazada masih belum maksimal, hal ini dikarenakan banyaknya responden yang tidak mengetahui ada jaminan keamanan data melalui lambang *secures socket layer* yang berarti data hanya dapat diketahui oleh konsumen dan pihak Lazada.
- 2) Kemudahan penggunaan berada pada kategori mudah, dengan skor diatas rata-rata. Beberapa hal yang kurang maksimal pada kemudahan penggunaan situs Lazada adalah deskripsi produk yang kurang jelas sehingga pada saat barang diterima terkadang tidak sesuai dengan deskripsi yang ditampilkan. Juga kinerja aplikasi lazada yang kurang maksimal sehingga keberadaannya kurang membantu konsumen.
- 3) Persepsi risiko berada pada kategori sedang, dengan skor sedikit diatas rata-rata. Hal ini bisa terjadi karena munculnya keragu-raguan dari responden tentang kemampuan Lazada dalam meminimalisir risiko, hal lainnya yaitu

sulitnya prosedur pengembalian uang (*refund*) yang memiliki waktu yang lama, hal lain juga adanya ketidakpastian barang yang datang sesuai dengan deskripsi yang ditampilkan.

- 4) Minat beli kondisinya sedang atau cukup baik. Munculnya keragu-raguan responden karena adanya situs *e-commerce* lain yang menawarkan hal-hal yang lebih menarik dari pada Lazada.
- 5) Keamanan bertransaksi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, sehingga semakin baik kualitas keamanan yang diberikan lazada, maka semakin tinggi minat beli konsumen.
- 6) Kemudahan penggunaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, sehingga semakin tinggi kemudahan yang diberikan lazada, maka semakin tinggi minat beli konsumen.
- 7) Persepsi risiko mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, sehingga semakin baik kualitas penanganan risiko yang dilakukan lazada, maka semakin tinggi minat beli konsumen.
- 8) Keamanan bertransaksi, kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, sehingga semakin baik kualitas keamanan bertransaksi, kemudahan penggunaan, dan penanganan dalam meminimalisir risiko, maka keinginan konsumen untuk melakukan pembelian akan meningkat.

4.2 Saran

Berdasarkan pada hasil penelitian dan keterbatasan penelitian ini, maka dapat dibuat rekomendasi atau saran untuk pihak dan peneliti selanjutnya.

4.2.1 Perusahaan

1) Peningkatan kualitas keamanan dengan penambahan fitur-fitur keamanan data, peningkatan kemudahan penggunaan terutama pada aplikasi untuk lebih memudahkan transaksi, dan peningkatan dalam meminimalisir risiko dan hal lain seperti mempermudah lagi proses pengembalian dana atau *refund*.

2) Memperbaiki indikator persepsi risiko yang memiliki rerata skor terendah yaitu:

Produk yang dibeli kemungkinan tidak dapat menunjukkan kinerja sesuai dengan yang diharapkan, hal ini dapat diperbaiki dengan peningkatan pada hal jaminan kepuasan konsumen seperti adanya garansi pergantian produk dan garansi uang kembali dengan proses yang tidak rumit sehingga ekspektasi terhadap Lazada yang dibangun oleh pembeli dapat terpenuhi.

3) Perbaikan pada indikator yang ada pada variabel kemudahan penggunaan yaitu:

a. Informasi atau deskripsi produk yang detail sesuai produk aslinya sehingga konsumen tidak merasa kecewa jika produk yang diterima tidak sesuai dengan yang ada di deskripsi.

b. Indikator mudah digunakan, hal yang perlu ditingkatkan adalah kinerja aplikasi Lazada perlu dioptimalkan seperti penambahan fitur-fitur menarik sehingga dengan menggunakan aplikasi konsumen dapat terbantu dalam melakukan pembelian

4.2.2 Peneliti

Bagi peneliti yang akan melakukan penelitian yang berkaitan dengan minat beli online, maka disarankan untuk menambah atau mengganti variabel bebas selain variabel keamanan bertransaksi, kemudahan penggunaan dan persepsi risiko, karena

masih ada banyak variabel lainnya yang besar kemungkinan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli. Jumlah responden juga perlu ditambah karena dalam penelitian ini hanya menggunakan jumlah responden minimal.