

## BAB V

### SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data penelitian dan pengujian hipotesis, maka dapat disimpulkan sebagai berikut.

- 1: Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa *privasi* berpengaruh positif terhadap persepsi risiko. *Privasi* tentang bagaimana luasnya informasi yang dikomunikasikan kepada orang lain dapat menimbulkan suatu persepsi risiko mahasiswa terhadap transaksi secara *online*. Hal ini disebabkan ketika akan bertransaksi secara *online*, risiko yang dihadapi oleh pelanggan cenderung lebih besar dibandingkan dengan membeli secara langsung. Risiko yang dihadapi oleh pelanggan adalah pencurian data ataupun penyalahgunaan data pribadi.
- 2, Pengujian hipotesis kedua memberikan bukti empiris bahwa keamanan berpengaruh positif terhadap persepsi risiko. Kegiatan bertransaksi secara *online* selain memberikan keuntungan dan kemudahan juga mengandung beberapa risiko diantaranya adalah gangguan *website* yang dilakukan oleh *hacker*. *Hacker* memungkinkan untuk masuk dan merusak, dan mencuri data atau hal apapun yang menguntungkan mereka. Sistem keamanan yang handal sangat diperlukan untuk melindungi *website* dari gangguan keamanan. Pengusaha *e-commerce* sangat membutuhkan sistem

keamanan yang teruji untuk menghindari segala risiko yang mungkin terjadi.

3. Pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap persepsi risiko. Hal ini dikarenakan konsumen tidak dapat mengevaluasi perilaku pemilik toko *online* secara langsung. Konsumen enggan melakukan transaksi secara *online* dengan toko *online* yang tidak mereka kenal dengan baik. Kepercayaan merupakan dasar bagi semua hubungan, termasuk hubungan transaksi secara *online*. Dengan demikian dapat dilihat bahwa kepercayaan antara konsumen dengan pemilik toko *online* lebih bertumpu pada penggunaan teknologi. Sehingga persepsi konsumen terhadap risiko bukan berasal dari kepercayaan, melainkan berasal dari sistem dan penggunaan teknologi.
4. Pengujian hipotesis keempat menunjukkan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap niat untuk bertransaksi secara *online*. Persepsi risiko adalah tingkat ketidakpastian yang ditanggung oleh konsumen jika melakukan transaksi secara *online*. Ketika konsumen melakukan transaksi secara *online*, risiko yang dihadapi oleh pelanggan cenderung lebih besar dibandingkan dengan membeli secara langsung. Ketika konsumen berada pada posisi ketidakpastian yang tinggi, maka konsumen enggan untuk melakukan transaksi secara *online*.
5. Pengujian hipotesis kelima membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap niat untuk bertransaksi secara *online*. Kualitas pelayanan menjadi strategi bagi perusahaan untuk memuaskan

konsumen dan kepuasan konsumen akan dapat menciptakan loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan pada suatu perusahaan akan menyebabkan pelanggan tersebut untuk melakukan transaksi lebih banyak dengan perusahaan tersebut. Salah satu cara untuk meningkatkan kualitas pelanggan adalah dengan memberikan pelayanan yang berkualitas.

6. Pengujian hipotesis keenam menunjukkan bahwa sikap berpengaruh positif terhadap niat untuk bertransaksi secara *online*. Sikap terhadap perilaku merupakan evaluasi positif atau negatif dalam melakukan perilaku. Sikap terhadap perilaku menunjukkan tingkatan bahwa seseorang mempunyai evaluasi yang baik atau kurang baik tentang perilaku tertentu. Sebelum melakukan transaksi secara *online* konsumen berusaha mencari berbagai informasi yang berkaitan dengan toko *online*. Semakin banyak informasi yang diperoleh mengenai toko *online* yang bersifat positif akan menimbulkan sikap yang baik bagi konsumen, sehingga semakin besar kemungkinan untuk melakukan transaksi secara *online*.
7. Pengujian hipotesis ketujuh dalam penelitian ini menunjukkan bahwa pengalaman berpengaruh positif terhadap niat untuk bertransaksi secara *online*. Pengguna internet yang berpengalaman mempunyai keyakinan bahwa internet lebih bisa dipercaya daripada konsumen yang kurang berpengalaman. Hal ini karena pengguna internet yang berpengalaman menghabiskan waktu lebih banyak dalam berinteraksi dengan dunia internet, sehingga keahlian dan pengalaman mereka lebih banyak.

Pengguna yang berpengalaman telah belajar bagaimana menghindari perilaku yang tidak dapat dipercaya dan menggunakan internet dengan lebih aman. Kepercayaan muncul dengan adanya tingkat pengetahuan tertentu, dimana pengetahuan dapat diperoleh dari pengalaman.

## **B. Keterbatasan**

Beberapa hal yang menjadi keterbatasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Model struktural dalam penelitian ini membutuhkan kajian teoritis untuk bisa menggunakan hubungan antar variabel untuk menghasilkan proposisi teoritis yang lebih tepat.
2. Penelitian ini menggunakan *purposive sampling*, sehingga kesimpulan penelitian tidak dapat digeneralisasikan untuk populasi yang lebih besar.
3. Pengumpulan data dengan metode survei menggunakan kuesioner, sehingga dimungkinkan responden tidak mengisi kuesioner dengan serius yang berdampak pada hasil yang bias.

## **C. Saran**

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan dalam penelitian ini, maka dapat disampaikan saran sebagai berikut.

1. Penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan mengembangkan model penelitian yang lebih komprehensif dengan menganalisis variabel yang

belum dianalisis dalam penelitian ini, seperti kategori produk, keterlibatan konsumen, dan informasi mengenai pemilik situs (*web vendor*).

2. Peneliti selanjutnya dapat menggunakan sampel yang lebih besar dari kalangan profesional dan praktisi, sehingga menghasilkan kondisi yang sebenarnya dan lebih representatif.
3. Penelitian ini menggunakan *purposive sampling*, sehingga kesimpulan penelitian tidak dapat digeneralisasikan untuk populasi yang lebih besar. Untuk itu penelitian selanjutnya mempertimbangkan pemilihan sampel yang probabilistik, sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasikan ke populasi.