

## BAB 5

### KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini penulis membuat kesimpulan dari keseluruhan penelitian ini serta memberikan saran dari hasil kesimpulan yang didapatkan. Kesimpulan tersebut diambil berdasarkan hubungan dari hasil analisis dan diinterpretasikan pada bab 4 dengan tujuan dari penelitian ini.

#### 5.1 Kesimpulan

Penelitian ini mengkaji bagaimana pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, nilai resiko yang dipersepsikan, kesenangan serta biaya waktu dan tenaga dapat mempengaruhi keinginan membeli konsumen.

Setelah mengkaji pengumpulan data dan analisis hasil studi dengan menggunakan alat uji statistik faktor analisis dan multiple linear *regression* dalam peranti lunak SPSS 15 untuk masing-masing model pengukuran penelitian, maka kesimpulan yang dapat ditarik adalah:

1. Kualitas pelayanan yang baik sebagai bagian dari nilai yang dipersepsikan konsumen mempengaruhi keinginan membeli konsumen pada toko *offline* sedangkan tidak memberi pengaruh sama sekali terhadap toko *online*.
2. Kualitas produk yang baik sebagai bagian dari nilai yang dipersepsikan konsumen mempengaruhi keinginan membeli konsumen pada toko *offline* sedangkan tidak memberi pengaruh terhadap toko *online*.
3. Nilai resiko yang dipersepsikan sebagai bagian dari nilai yang dipersepsikan konsumen mempengaruhi keinginan membeli konsumen pada toko *offline* sedangkan tidak memberi pengaruh terhadap toko *online*.
4. Kesenangan sebagai bagian dari nilai yang dipersepsikan konsumen mempengaruhi keinginan membeli konsumen pada toko *offline* sedangkan tidak memberi pengaruh terhadap toko *online*.
5. Biaya waktu dan tenaga sebagai bagian dari nilai yang dipersepsikan konsumen mempengaruhi keinginan membeli konsumen pada toko *offline* sedangkan tidak memberi pengaruh terhadap toko *online*.

Dengan ini dapat disimpulkan bahwa konsumen Indonesia masih lebih tertarik untuk berbelanja dengan melalui proses menggunakan indra manusia yang ada dan merasakan pengalaman berbelanja yang sesungguhnya dibandingkan dengan berbelanja di dunia maya.

## 5.2 Saran

Saran yang diberikan oleh penulis kepada Gramedia sebagai perusahaan yang mempunyai pangsa pasar terbesar di Indonesia adalah:

1. Bagi toko *offline* Gramedia yang sudah unggul ketersediaan koleksi buku dan jumlah yang tersedia maka agar dapat terus mempertahankan keunggulannya agar dapat membuat suatu inovasi promosi atau pelayanan yang unik untuk dapat terus meningkatkan keunggulannya.
2. Bagi toko *online* Gramedia yang sudah maju dalam fitur dan ketersediaan pelayanan yang diberikan maka agar dapat terus mempertahankan kesuksesannya agar dapat berinovasi sehingga konsumen dapat merasa dekat dengan Gramedia dan terus memantapkan langkah Gramedia dalam pasar buku nasional.