

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan analisis data dari penilaian responden terhadap pembelian pakaian di toko pakaian online, maka dapat ditarik kesimpulan penelitian sebagai berikut berikut:

1. Tingkat penolakan risiko konsumen berpengaruh negatif terhadap sikap konsumen pada pembelian pakaian melalui toko pakaian online toko pakaian online. Hal ini berarti konsumen yang selalu berusaha menghindari risiko tidak akan menyukai dan menikmati pembelian pakaian melalui toko pakaian online.
2. Tingkat orientasi kenyamanan konsumen berpengaruh positif terhadap sikap konsumen pada pembelian pakaian melalui toko pakaian online. Ini mengindikasikan bahwa konsumen yang selalu berusaha meminimumkan energi dan waktu dalam membeli pakaian akan menyukai dan menikmati membeli pakaian melalui toko pakaian online.
3. Tingkat tendensi melakukan pembelian secara *impulse* dari konsumen tidak berpengaruh terhadap sikap konsumen pada pembelian pakaian melalui toko pakaian online. Artinya tidak terdapat hubungan antara kecenderungan belanja *impulse* dengan sikap terhadap pembelian di toko pakaian online.
4. Sikap konsumen pada pembelian pakaian melalui toko pakaian online berpengaruh positif terhadap niatan membeli pakaian di toko pakaian online. Hal ini mengindikasikan penilaian keseluruhan yang baik atau positif atas pembelian di toko pakaian online akan mempengaruhi niatan untuk membeli di toko pakaian online, baik dalam jangka panjang maupun dalam jangka pendek.
5. Menurut penilaian responden dari ketiga faktor pembentuk sikap terhadap pembelian pakaian, faktor yang paling mempengaruhi sikap

konsumen terhadap pembelian pakaian melalui toko pakaian online adalah tingkat orientasi kenyamanan.

SARAN

Berdasarkan hasil akhir dari penelitian ini, maka Peneliti memberikan saran kepada beberapa pihak, yaitu :

1. Saran bagi produsen atau *retailer* toko pakaian online:

- Karena dalam menentukan sikap terhadap pembelian melalui toko pakaian online konsumen sangat mementingkan penggunaan waktu dan usaha yang minimal (*convenience orientation*) sebaiknya produsen mengutamakan proses pembelian dan pengiriman yang mudah dan cepat.
- Sebaiknya toko pakaian online menyediakan layanan pelanggan atau *customer service* tanpa batasan waktu (24 jam). Hal ini dimaksudkan untuk memberikan pelayanan yang cepat kepada konsumen, sehingga diharapkan mampu meminimalisir tingkat risiko yang dihadapi konsumen.
- Sebaiknya *retailer* toko pakaian online menyediakan berbagai macam alternatif metode pembayaran yang dianggap aman selain kartu kredit seperti metode transfer antar bank. Hal ini memang cenderung kurang praktis, namun berdasarkan hasil wawancara kebanyakan konsumen merasa metode transfer jauh lebih aman dan nyaman.
- Untuk meminimalisir risiko dari sisi produk sebaiknya *retailer* toko pakaian online menyediakan informasi yang sangat detil mengenai produk. Seperti panjang celana dalam ukuran cm, lingkar pinggang pakaian dalam ukuran cm, bahan pembuat pakaian, tehnik mencuci, ketersediaan produk, gambar produk dari berbagai sudut pandangan mata, dan sebagainya. *Retailer* toko pakaian online juga bisa menampilkan *review* atau ulasan tentang produk pakaiannya dari pihak ke tiga, seperti *designer*, atau pakar lainnya. Selain itu penyediaan layanan garansi dan kompensasi atas produk pakaian yang dijual juga bisa dilakukan untuk meminimalisir risiko dari sisi produk.

2. Saran bagi konsumen toko pakaian online :

Melalui penelitian ini, peneliti juga memberi saran kepada konsumen untuk lebih selektif dalam melakukan pembelian online. Peneliti menyarankan konsumen agar tetap kritis kepada retailer toko pakaian online agar memperoleh kepuasan dan kenyamanan dalam berbelanja di toko pakaian online. Konsumen dapat aktif memberi ide kepada produsen toko pakaian online melalui berbagai media komunikasi yang ada. Hal ini bukan saja menjadi kepentingan produsen semata, namun juga bagi kenyamanan konsumen dalam berbelanja di toko pakaian online.

3. Saran bagi penelitian selanjutnya:

- Peneliti selanjutnya dapat melanjutkan penelitian dengan menambahkan variabel-variabel baru penyusun sikap terhadap perilaku pembelian di toko pakaian online. Seperti variabel tingkat penerimaan atau adaptasi teknologi dan sebagainya.
- Penelitian selanjutnya sebaiknya lebih mengembangkan keberagaman jenis responden terutama dalam lingkup geografis. Penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan menggunakan perbandingan sikap dan perilaku konsumen di kota besar dan di kota kecil, atau perbandingan tingkat pendidikan dan penghasilan terhadap pembelian pakaian di toko pakaian online.
- Objek penelitian ini adalah toko pakaian online, dimana pakaian tergolong tipe *experience product*, oleh karena itu ada baiknya jika penelitian selanjutnya menggunakan tipe produk yang berbeda dari objek pada penelitian ini.