



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Hasil analisis data dengan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) menunjukkan bahwa data pada penelitian ini tidak memiliki kecocokan dengan model penelitian yang diajukan. Namun, untuk model pengukuran seluruh indikator memiliki kriteria valid dan seluruh variabel memiliki reliabilitas atau konsistensi pengukuran yang baik.

Berdasarkan model struktural dari kelima hipotesis penelitian yang diajukan ternyata hasil hipotesis tidak semuanya sesuai dengan hasil temuan Kim & Lennon (2013). Sehingga hasil dari model struktural tersebut dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Website design* memiliki pengaruh positif terhadap *emotion*. Hal ini menunjukkan bahwa desain website yang ditunjukkan oleh website Domo Island akan dapat meningkatkan emosi positif dari konsumen dalam bentuk rasa senang dan bahagia ketika melihat tampilan website Domo Island.
2. *Website design* tidak memiliki pengaruh negatif terhadap *perceived risk*. Hal ini menunjukkan bahwa calon konsumen yang merupakan pecinta Domo atau fans Domo merupakan “*risk taker*” di mana mereka rela

melakukan apa saja untuk memperoleh barang yang mereka cintai tanpa memikirkan pandangan akan resiko yang bisa mereka dapatkan.

3. *Emotion* memiliki pengaruh positif terhadap *purchase intention*. Hal ini menunjukkan bahwa calon konsumen Domo Island merasakan senang dan bahagia apabila melihat tampilan website Domo Island, sehingga akan terjadi ketertarikan secara emosional untuk mau membeli suatu produk di kemudian hari.
4. *Perceived Risk* tidak memiliki pengaruh negatif terhadap *Purchase Intention*. Hal ini menunjukkan bahwa calon konsumen yang merupakan pecinta Domo atau fans Domo tidak memiliki pandangan akan resiko yang bisa saja mereka dapatkan apabila mereka melakukan transaksi. Hal ini bisa terjadi dikarenakan apabila calon konsumen tersebut merupakan orang-orang yang benar-benar fans akan karakter Domo tersebut sehingga mereka akan rela melakukan apa saja dan tidak menghiraukan resiko yang bisa mereka dapatkan.
5. *Perceived Risk* tidak memiliki pengaruh negatif terhadap *Emotion*. Hal ini menunjukkan Tidak terbentuknya pengaruh antara *perceived risk* terhadap *emotion* dikarenakan calon konsumen yang merupakan pecinta Domo atau fans Domo tidak memiliki pandangan akan resiko yang bisa saja mereka dapatkan apabila mereka melakukan transaksi.

5.2 Saran

Berdasarkan analisis dari hasil penelitian, peneliti ingin agar penelitian ini memiliki dampak baik kepada perusahaan agar lebih baik lagi, maupun kepada peneliti selanjutnya yang tertarik melakukan penelitian ini agar hasilnya dapat lebih komperhensif dan mendalam.

5.2.1 Saran Untuk Perusahaan

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh, maka peneliti mengajukan saran bagi Domo Island sebagai berikut:

1. Domo Island dapat mengubah layout tampilan website mereka agar terlihat lebih menarik seperti menggunakan layout dengan tema pantai yang menyesuaikan nama dari Domo Island sendiri namun tetap terlihat elegan.
2. Domo Island bisa menambah fitur layout mereka yang dapat menyesuaikan *user* yang membuka menggunakan *mobile*.
3. Website Domo Island bisa menambahkan fitur untuk mengetahui langsung jumlah ongkos kirim yang harus dibayarkan oleh konsumen pada saat ingin melakukan pembelian.
4. Domo Island dapat memberikan *contact person* berupa pin BBM agar dapat memudahkan konsumen untuk berinteraksi dengan Domo Island dalam proses pembelian produk di dalam website
5. Untuk dapat meningkatkan *emotion* dari konsumen, Domo Island dapat mengadakan event-event berhadiah di dalam website untuk dapat mendekatkan diri dengan calon konsumen sehingga mereka akan selalu senang untuk berkunjung ke dalam website contohnya membuat sebuah

game di dalam website seperti Cookie Run dengan karakter utamanya Domo dan pengunjung yang bermain dengan skor tertinggi akan diberikan hadiah sebagai pemenang dari lomba tersebut.

6. Membuat forum tersendiri di dalam website Domo Island untuk para pecinta Domo dengan mendaftarkan diri sebagai member pecinta Domo di Indonesia sehingga di sana mereka dapat membagikan pengalaman serta kesan-kesan mereka terhadap Domo untuk dibagikan ke member lain.
7. Membuat kolom testimoni tersendiri di dalam website yang dapat menampilkan gambar maupun video di dalam website. Setiap pembelian yang telah dilakukan oleh konsumen dapat diupload oleh mereka. Sehingga para calon konsumen akan merasa tertarik pada saat melihat foto ataupun video yang diupload oleh konsumen yang telah berbelanja sehingga para calon konsumen akan semakin tertarik untuk berbelanja di dalam website.
8. Domo Island dapat memberikan penawaran-penawaran menarik di dalam website agar calon konsumen menjadi senang dan tertarik membeli seperti membeli kaos Domo Island dengan event tertentu seperti hari raya nasional seperti idul fitri, paskah, imlek dan natal, kemudian mereka akan mendapatkan gantungan kunci atau boneka Domo secara gratis dari Domo Island.

5.2.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh, maka peneliti mengajukan saran bagi peneliti selanjutnya sebagai berikut:

1. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan responden yang dipilih adalah responden sudah pernah membeli produk di dalam website Domo Island sehingga peneliti dapat menambahkan hubungan antar variabel dari model penelitian sebelumnya dengan menggunakan referensi dari jurnal-jurnal yang ada. Hubungan antar variabel yang disarankan adalah *Reputation*, *Customer Service*, *Fulfillment*, dan *Security* sesuai dengan jurnal utama yang dipakai penulis, Kim & Lennon (2013).
2. Peneliti menyarankan peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel *transaction efficiency* untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara *transaction efficiency* terhadap *perceived risk* yang menyebabkan tidak adanya pengaruh antara *website design* terhadap *perceived risk*, *perceived risk* terhadap *purchase intention* dan *perceived risk* terhadap *emotion* di dalam website Domo Island.
3. Peneliti menyarankan peneliti selanjutnya, dapat menggunakan penelitian ini sebagai referensi untuk melakukan penelitian terhadap bisnis yang juga sedang berkembang seperti www.invictus.co.id, www.saqina.com, www.tees.co.id, amblefootwear.com, hijup.com.