

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan dijalankan oleh peneliti dan menghasilkan beberapa kecocokan pada model yang digunakan didalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan metode SEM dengan menggunakan *software* PLS-SEM dan kemudian diperoleh hasil analisa yang memiliki pengaruh atau signifikan yaitu *product brand image* (PB) memiliki pengaruh positif terhadap *Product Risk* (PR), *product brand image* (PB) memiliki pengaruh positif terhadap *Purchase Intention* (PI), *Online Store Image* (OS) memiliki pengaruh positif terhadap *Purchase Intention* (PI) selain terdapat pengaruh yang signifikan dalam penelitian ini terdapat variabel yang tidak memberikan pengaruh secara signifikan yaitu *Online Store Image* (OS) tidak memiliki pengaruh negatif terhadap *Financial Risk* (FR), *Online Store Image* (OS) tidak memiliki pengaruh negatif terhadap *Time Risk* (TR), *Online Store Image* (OS) tidak memiliki pengaruh negative terhadap *Product Risk* (PR) ,*Financial Risk* (FR) tidak memiliki pengaruh negatif terhadap *Purchase Intention* (PI), *Product Risk* (PR) memiliki pengaruh negatif terhadap *Purchase Intention* (PI) ,*Time Risk* (TR) tidak memiliki pengaruh negatif terhadap *Purchase Intention* (PI). Dari hasil tersebut maka dapat ditarik kesimpulan dari hasil penelitian sebagai berikut:

1. *Product Brand Image* tidak memiliki pengaruh negatif secara signifikan terhadap *Product Risk* dalam pembelian Emina Cosmetics secara *online*. Hal tersebut dapat terjadi karena *Product brand Image* yang merupakan citra yang tertanam dalam benak pemikiran konsumen yang dapat memunculkan persepsi konsumen terhadap suatu merek tentu akan memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap *Product Risk* atau Resiko Produk yang merupakan permasalahan atau resiko yang akan timbul terhadap produk ketika konsumen akan melakukan pembelian atau

pembelanjaan secara *online* hal tersebutlah yang membuat adanya pengaruh secara positif yang signifikan dari *Product Brand Image* terhadap *Product Risk*. *Product Brand Image* yang dimiliki Emina dinilai sangat baik, dapat dilihat banyak konsumen yang membeli produk Emina secara langsung melalui *store store* terdekat ditempat mereka, hal tersebut dapat menimbulkan pengaruh positif untuk mengurangi resiko akan produk yang ditakuti oleh konsumen karena produk emina sudah memiliki citra yang baik sehingga konsumen dapat percaya penuh mengenai kualitas produk yang dimiliki oleh Emina. Oleh sebab itu lah tidak dapat dilihat pengaruh negatif yang dapat dikatakan signifikan dari penelitian ini.

2. *Product Brand Image* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap *Purchase Intention* dalam pembelian Emina Cosmetics secara *online*. Hal tersebut dapat terjadi karena *Product Brand Image* sendiri merupakan citra yang tertanam dalam benak pemikiran konsumen yang dapat memunculkan persepsi konsumen terhadap suatu merek, sedangkan *Purchase Intention* merupakan sikap atau keinginan konsumen untuk membeli suatu produk. Dari hal tersebut *Product Brand Image* yang dimiliki Emina dinilai sangat baik, dapat dilihat banyak konsumen yang membeli produk Emina secara langsung melalui *store store* terdekat ditempat mereka, hal tersebut dapat menimbulkan pengaruh positif untuk menarik minat konsumen agar melakukan pembelian produk Emina secara online melalui website Emina, dengan melalui website juga dapat mempermudah konsumen untuk melakukan pembelian.
3. *Online Store Image* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap *Purchase Intention* dalam pembelian Emina Cosmetics secara *online*. Hal tersebut dapat terjadi karena *Online Store Image* merupakan cara bagaimana konsumen memandang toko online tersebut berdasarkan dengan kualitas fungsional dan atribut dari lingkungannya, selain itu dengan adanya *online store image* dapat memberikan gambaran mengenai kenyamanan, kemudahan dalam berbelanja secara *online*, sedangkan *Purchase Intention* merupakan keadaan dimana konsumen memiliki minat

untuk melakukan pembelian, *Image* yang dimiliki oleh *online store* Emina dinilai sangatlah terpercaya karena Emina sendiri juga merupakan *brand makeup* yang dibuat dan didirikan oleh perusahaan besar yang juga telah membuat *brand* makeup lokal besar dan sukses lainnya oleh sebab itu para responden yang terdapat dalam penelitian ini kedepannya ingin melakukan pembelian produk kecantikan Emina melalui *website* Emina.

4. *Online Store Image* tidak memiliki pengaruh negatif terhadap *Product Risk* dalam pembelian produk kecantikan Emina secara *online*. Kondisi tersebut terjadi dikarenakan *Online Store Image* merupakan cara bagaimana konsumen memandang toko *online* tersebut berdasarkan dengan kualitas fungsional dan atribut dari lingkungannya, selain itu dengan adanya *online store image* dapat memberikan gambaran mengenai kenyamanan, kemudahan dalam berbelanja secara *online* dalam hal tersebut terlihat bahwa tidak adanya atau tidak ditemukannya pengaruh negatif dari *online store image* tersebut terhadap *product risk* atau resiko product yang merupakan suatu resiko yang timbul ketika konsumen akan melakukan pembelian atau berbelanja secara *online* sehingga dapat menimbulkan kerugian bagi konsumen. Dalam penelitian ini konsumen justru merasa dengan adanya penilaian positif terhadap *online store image* yang dapat terlihat dari hasil pemilihan responden yang berada pada angka 4 dan 5 yang memiliki arti setuju dan memandang toko online Emina secara positif sehingga tidak memiliki pengaruh atau hubungan terhadap *Produk Risk* atau resiko produk ketika melakukan pembelian yang lebih berpengaruh terhadap kualitas produk ketika membeli barang melalui *online store image*.
5. *Online Store Image* tidak memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap *Financial Risk* dalam pembelian Emina Cosmetics secara *online*. Hal tersebut dapat terjadi *Online Store Image* yang dimiliki oleh Emina tidak memberikan pengaruh terhadap *Financial Risk*. Peneliti menyimpulkan dari hasil penelitian tersebut bahwa *Online Store Image* yang dimiliki oleh Emina adalah bagus dan terpercaya Hal tersebut dapat terlihat dari tabel penilaian bahwa *online store image* memiliki rata-rata

penilaian baik yaitu di angka 4,01 dengan kategori tinggi. Dengan adanya online store juga konsumen meninjau dapat mempermudah melakukan pembelian yang mendapatkan range pilihan diangka 4 dan 5 yang memiliki arti sangat setuju. sehingga konsumen merasa sedikitnya resiko yang terdapat atau kecilnya resiko akan keuangan atau dana yang akan terjadi ketika mereka melakukan transaksi pada website Emina. Karena Emina juga merupakan produk kecantikan yang besar dan juga memiliki Offline store yang terpercaya tentunya konsumen Emina menganggap bahwa pembayaran dalam online store tersebut tentunya aman dan terpercaya sama halnya ketika bertansaksi secara offline.

6. *Online Store Image* tidak memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap *Time Risk* dalam pembelian Emina Cosmetics secara *online*. Online Store Image yang dimiliki oleh Emina tidaklah memberikan pengaruh negatif terhadap resiko waktu yang dimiliki oleh konsumen. Peneliti menyimpulkan Image atau citra yang diingat oleh konsumen akan online store emina tentunya baik dan terpercaya tentunya konsumen akan tertarik untuk melihat online store dari Emina tersebut dan juga untuk resiko terhadap waktu kebanyakan wanita muda pada saat ini tentunya sangatlah sering menggunakan waktunya untuk menggunakan internet untuk browsing atau sekedar bermain social media, hal tersebutlah yang membuat tidak adanya pengaruh negatif yang ditimbulkan oleh Online Store Image yang dimiliki oleh Emina terhadap resiko atau banyaknya waktu yang dikeluarkan oleh konsumen untuk membuka website atau online store dari Emina Cosmetics. Dari hasil penilaian yang telah diberikan kosumen memberikan penilaian pada angka 4 dan 5 yang mengartikan bahwa mereka setuju, juga konsumen merasa bahwa dengan adanya Online Store dapat menghemat waktu konsumen sehingga tidak perlu datang berbelanja ke offline store.
7. *Financial Risk* tidak memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap *Purchase Intention* dalam pembelian Emina Cosmetics secara *online*. para calon pembeli produk kecantikan Emina secara Online tidak mendapatkan

pengaruh negatif dari financial risk atau resiko secara financial dengan purchase intention atau niat membeli produk kecantikan Emina secara online. Hal tersebut dilihat dari hasil survei bahwa para calon konsum merasa pembayaran yang akan mereka lakukan melalui website emina tergolong aman karena Emina sendiri juga memiliki produk brand image yang baik dan terpercaya dan bahkan para konsumen pernah melakukan transaksi secara offline sebelumnya, sehingga dapat disimpulkan bahwa resiko akan uang tidak memiliki pengaruh terhadap purchase intention atau niat beli konsumen di Emina online store. Dari data penilaian yang diberikan oleh konsumen memberikan penilaian di angka 5 yang memiliki arti sangat setuju bahwa akan melakukan pembelian di Emina online Store.

8. *Time Risk* tidak memiliki pengaruh negatif terhadap *Purchase Intention* dalam pembelian produk kecantikan Emina secara *online*. Hal tersebut dapat terjadi karena dalam pembelian produk secara *online* memang selalu muncul *Time Risk* atau resiko waktu yang timbul hal tersebut tidak memberikan pengaruh yang negatif kepada niat beli konsumen secara *online* terhadap produk kecantikan Emina. Menurut konsumen *Time Risk* memang selalu ada dalam melakukan pembelian secara *online* sehingga dapat disimpulkan tidak akan memberikan pengaruh yang negatif secara signifikan terhadap niat beli konsumen. Kebanyakan konsumen Emina cenderung memilih melakukan pembelian produk Emina secara langsung dengan mengunjungi *store store* terdekat dibandingkan membeli melalui *online* store Emina, hal tersebut disebabkan oleh adanya waktu yang diperlukan untuk pengiriman, pengemasan produk dan beberapa hal lainnya.
9. *Product Risk* memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap *Purchase Intention* dalam pembelian Emina Cosmetics secara online. Hal tersebut dapat terjadi karena *product risk* sendiri merupakan resiko yang timbul terhadap produk ketika melakukan pembelian secara online, sedangkan *Purchase Intention* merupakan keinginan atau niat konsumen dalam melakukan pembelian. Dalam kasus Emina, ketika konsumen ingin melakukan pembelian secara online konsumen berfikir akan adanya resiko

produk yang timbul seperti tidak dapat memegang benda secara langsung, terdapat perbedaan warna pada product, dan perbedaan bentuk packaging yang tidak sesuai dengan apa yang dilihat pada gambar, oleh sebab itu Product Risk tersebut dapat memberikan atau berpengaruh negatif pada niat beli konsumen atau Purchase Intention.

5.2 Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian dan analisa yang telah dilakukan peneliti didalam penelitian ini, maka peneliti memberikan saran dan masukan yang dapat dilakukan oleh Emina Cosmetics dan penelitian selanjutnya yang memiliki keinginan untuk melakukan penelitian dengan topik dan fenomena yang sama. Saran tersebut yaitu sebagai berikut:

5.2.1 Saran Bagi Perusahaan

1. Peneliti menyarankan Emina Cosmetics untuk dapat membuat *inovasi* tambahan baru terhadap *online store* atau website yang mereka miliki dengan cara membuat *virtual try on* yang dapat membantu dan mempermudah konsumen untuk mencoba berbagai varian warna dari produk bibir maupun makeup yang dimiliki oleh emina sehingga konsumen menjadi tertarik untuk melakukan pembelian secara online karena dinilai lebih mudah dan praktis sehingga dapat meningkatkan *Purchase Intention* pada *website* Emina.
2. Peneliti menyarankan Emina Cosmetics untuk melakukan promosi untuk menarik *Purchase Intention* pembeli dengan membuat promosi *free product* dengan minimum pembelian, adanya *product bundling*, dan juga memeberikan *free sample size* ketika melakukan pembelian melalui Emina *website* atau Emina *online store*.
3. Peneliti menyarankan untuk Emina Cosmetics membuat vidio *try on* yang nantinya akan di cantumkan juga kedalam *website* Emina sehingga penonton dapat membayangkan warna produk yang akan dibeli dan juga Emina dapat melakukan kolaborasi dengan influencer atau artis muda yang

memiliki range umur 17-20 tahun keatas salah satu contohnya seperti Naura ayu yang merupakan penyanyi cilik untuk membuat vidio seperti unboxing PR *Package* dari Emina, membuat vidio *haul product* Emina dengan alur cerita tutorial berbelanja melalui *website online* Emina sehingga dapat menarik minat masyarakat untuk melakukan pembelian produk Emina secara *online* melalui *online store* Emina.

4. Peneliti juga menyarankan untuk meningkatkan *Purchase Intention* untuk *online store* Emina dapat dilakukan dengan *trick marketing* yang bersifat *flash sale* yang dimana produk produk yang dijual diberikan dengan harga menarik dan persediaan terbatas seperti contohnya untuk Emina bright stuff tersisa hanya 1 product yang dituliskan pada *website* Emina sehingga dapat membuat konsumen untuk melakukan pembelian dengan cepat.
5. Peneliti juga menyaran untuk meningkatkan *Online Store Image* dan *Purchase Intention* dengan cara mensponsori ajang-ajang pencarian bakat seperti *Indonesian Next Top Model* dan juga dapat mensponsori *Jakarta Fashion week* ataupun vidio klip penyanyi muda perempuan yang saat ini sedang digemari oleh anak muda sehingga dapat menarik perhatian masyarakat untuk mengunjungi *website* Emina atau *Emina online store*.

5.2.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian yang telah dilakukan ini tentunya masih memiliki banyak kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna dengan keterbatasan yang ada. Dengan adanya saran bagi penelitian selanjutnya peneliti berharap adanya penyempurnaan untuk penelitian berikutnya dimasa yang akan datang. Oleh sebab itu peneliti memberikan saran bagi penelitian selanjutnya sebagai berikut:

1. Penelitian selanjutnya dapat melakukan penelitian yang lebih luas dan terfokus pada *marketing promotion* yang dapat dilakukan oleh Emina Cosmetics yang lebih berfokus pada promosi melalui media online seperti social media,youtube. Dengan meneliti mengenai marketing promotion secara online tersebut lebih dalam dapat memperoleh hasil yang lebih

maksimal untuk meningkatkan *Purchase Intention* bagi *online store* atau *website* Emina Cosmetics.

2. Peneliti menyarankan untuk dapat meneliti terkait Purchase Decision dari Online Store Emina Cosmetics. Hal ini bertujuan untuk melihat apa saja yang menjadi faktor atau pengaruh utama bagi konsumen untuk memutuskan melakukan pembelian produk kecantikan Emina secara Online melalui website Emina atau Emina Online Store.
3. Peneliti menyarankan pada penelitian selanjutnya untuk dapat menambahkan atau menyesuaikan Indikator jenis resiko yang akan digunakan pada objek penelitian yang berbeda dari Marine et al (2012), penyesuaian variabel resiko tersebut dilakukan agar dapat memperoleh hasil yang lebih baik dan lebih relevan untuk resiko akan suatu produk yang akan diteliti kedepannya.
4. Peneliti menyarankan untuk menyesuaikan pertanyaan pada indikator *Financial Risk*, *Time Risk* dan *Product Risk* agar lebih jelas mengukur variabel tersebut yang bertujuan untuk menyesuaikan berdasarkan dengan objek yang sedang diteliti.
5. Peneliti menyarankan pada penelitian selanjutnya untuk memfokuskan penelitian pada responden dengan usia 15-25 tahun.

