

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat diberikan kesimpulan:

Pertama, *Financial Risk* berdampak negative terhadap *Online Purchase Intention*. Berdasarkan hasil tersebut maka penulis menyimpulkan bahwa minat beli secara online, dipengaruhi oleh faktor risiko keuangan yang dialami oleh konsumen, sehingga dengan meminimalisir risiko keuangan akan meningkatkan minat beli online pada Tokopedia.

Kedua, *Product Risk* tidak berdampak negative terhadap *Online Purchase Intention*. Berdasarkan hasil tersebut maka penulis menyimpulkan bahwa minat beli online tidak dipengaruhi oleh faktor risiko produk dan risiko tersebut tidak dialami oleh konsumen, sehingga meminimalisir risiko produk tidak mempengaruhi minat beli online pada Tokopedia.

Ketiga, *Security Risk* berdampak negative terhadap *Online Purchase Intention*. Berdasarkan hasil tersebut maka penulis menyimpulkan bahwa minat beli secara online, dipengaruhi oleh faktor risiko keamanan yang dialami oleh konsumen, sehingga dengan meminimalisir risiko keamanan akan meningkatkan minat beli online pada Tokopedia.

Keempat, *Time Risk* berdampak negative terhadap *Online Purchase Intention*. Berdasarkan hasil tersebut maka penulis menyimpulkan bahwa minat beli secara online, dipengaruhi oleh faktor risiko waktu yang dialami oleh konsumen, sehingga dengan meminimalisir risiko waktu akan meningkatkan minat beli online pada Tokopedia.

Kelima, *Social Risk* tidak berdampak negative terhadap *Online Purchase Intention*. Berdasarkan hasil tersebut maka penulis menyimpulkan bahwa minat beli online tidak dipengaruhi oleh faktor risiko sosial dan risiko tersebut tidak dialami oleh konsumen, sehingga meminimalisir risiko sosial tidak mempengaruhi minat beli online pada Tokopedia.

Keenam atau terakhir, *Psychological Risk* berdampak negative terhadap *Online Purchase Intention*. Berdasarkan hasil tersebut maka penulis menyimpulkan bahwa minat beli secara online, dipengaruhi oleh faktor risiko psikologis yang dialami oleh konsumen, sehingga dengan meminimalisir risiko psikologis akan meningkatkan minat beli online pada Tokopedia.

5.2 Saran

1. Saran Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian bahwa variable yang berpengaruh negative adalah financial risk, security risk, time risk dan psychological risk peneliti dapat memberikan saran yang dapat di implementasikan Tokopedia dimasa yang akan datang untuk meningkatkan minat beli secara online, sebagai berikut:

1. Untuk meminimalisir risiko keuangan dan meningkatkan minat beli secara online dengan pendekatan yang belum pernah ada sebelumnya di Tokopedia, platform ini dapat memperkenalkan program pembayaran dengan skema "Beli Sekarang, Bayar Nanti" (Buy Now, Pay Later/BPNL) yang bekerja sama dengan layanan

fintech terpercaya. Program ini memungkinkan konsumen untuk membeli produk secara langsung namun membayar dengan angsuran dalam jangka waktu yang telah ditentukan tanpa bunga atau dengan bunga rendah, sehingga memberikan fleksibilitas pembayaran yang lebih besar. Selain itu, Tokopedia bisa mengimplementasikan sistem loyalty points yang dapat dikumpulkan oleh konsumen setiap kali mereka berbelanja dan kemudian digunakan untuk mendapatkan potongan harga pada pembelian berikutnya atau untuk menutup biaya pengiriman. Untuk meningkatkan rasa aman finansial, Tokopedia dapat mengembangkan fitur "Price Drop Protection", di mana konsumen yang telah membeli produk akan mendapatkan pengembalian dana jika harga produk tersebut turun dalam periode tertentu setelah pembelian. Langkah-langkah inovatif ini tidak hanya membantu mengurangi risiko keuangan yang dirasakan oleh konsumen, tetapi juga meningkatkan kepercayaan dan loyalitas konsumen terhadap platform Tokopedia, mendorong minat beli secara online yang lebih besar.

2. Untuk meminimalisir risiko keamanan dan meningkatkan minat beli secara online dengan pendekatan yang belum pernah ada sebelumnya di Tokopedia, platform ini dapat memperkenalkan sistem otentikasi berbasis biometrik, seperti pengenalan wajah atau sidik jari, untuk mengamankan akun pengguna. Langkah ini akan memberikan lapisan keamanan tambahan dan membuat pengguna merasa lebih aman saat bertransaksi. Selain itu, Tokopedia bisa mengembangkan fitur keamanan berbasis blockchain untuk melindungi data transaksi dan privasi pengguna. Dengan teknologi blockchain, setiap transaksi akan dicatat dalam buku besar terdesentralisasi yang sulit untuk dimanipulasi, sehingga meningkatkan transparansi dan keamanan. Tokopedia juga dapat menawarkan layanan "Secure Shopping Guarantee", di mana

pengguna akan mendapatkan pengembalian dana penuh jika terjadi pelanggaran keamanan atau penipuan selama proses pembelian. Untuk memberikan rasa aman tambahan, Tokopedia bisa mengimplementasikan notifikasi keamanan real-time yang menginformasikan pengguna tentang aktivitas mencurigakan di akun mereka, serta memberikan rekomendasi tindakan yang harus diambil untuk melindungi akun mereka. Inovasi-inovasi ini tidak hanya akan meningkatkan rasa aman pengguna, tetapi juga meningkatkan kepercayaan dan loyalitas konsumen, sehingga mendorong minat beli secara online yang lebih tinggi.

3. Untuk meminimalisir risiko waktu dan meningkatkan minat beli secara online dengan pendekatan yang belum pernah ada sebelumnya di Tokopedia, platform ini bisa memperkenalkan layanan "Same-Day Delivery" di seluruh wilayah operasionalnya dengan kerjasama logistik lokal yang efisien. Selain itu, Tokopedia dapat mengimplementasikan fitur "Order Consolidation" yang memungkinkan konsumen menggabungkan beberapa pesanan dari berbagai penjual dalam satu pengiriman untuk mengurangi waktu tunggu. Penggunaan teknologi Artificial Intelligence (AI) untuk mengoptimalkan rute pengiriman dan waktu penjemputan juga bisa mempercepat proses pengiriman. Tokopedia juga bisa menawarkan layanan "Scheduled Delivery" yang memungkinkan konsumen memilih waktu pengiriman yang paling sesuai dengan jadwal mereka, sehingga mengurangi ketidakpastian dan ketidaknyamanan terkait waktu tunggu. Penerapan "Fast Track Processing" untuk pesanan tertentu yang memberikan prioritas tinggi dalam pemrosesan dan pengiriman bisa menjadi cara inovatif lainnya. Dengan strategi-strategi ini, Tokopedia dapat meminimalisir risiko waktu yang dirasakan oleh konsumen dan meningkatkan minat pembelian online secara signifikan.

4. Untuk meminimalisir risiko psikologis dan meningkatkan minat beli secara online dengan pendekatan yang belum pernah ada sebelumnya di Tokopedia, platform ini dapat memperkenalkan fitur "Personal Shopping Consultant". Fitur ini memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dengan konsultan belanja yang dapat memberikan saran dan rekomendasi produk secara real-time melalui chat atau video call. Konsultan ini dapat membantu pengguna merasa lebih yakin dengan pilihan mereka, memberikan informasi tambahan tentang produk, serta menjawab pertanyaan atau kekhawatiran yang mungkin timbul. Selain itu, Tokopedia bisa mengintegrasikan teknologi Artificial Intelligence (AI) untuk mengembangkan "Mood-Based Shopping", di mana sistem memberikan rekomendasi produk berdasarkan analisis suasana hati pengguna yang diidentifikasi melalui interaksi mereka di platform. Hal ini dapat menciptakan pengalaman belanja yang lebih personal dan relevan, sehingga mengurangi ketidakpastian dan kecemasan yang dirasakan oleh pengguna. Inovasi lainnya adalah dengan menyediakan "Virtual Reality Store Tours", di mana pengguna dapat menjelajahi toko virtual dan melihat produk secara lebih interaktif, sehingga meningkatkan rasa kepercayaan terhadap produk yang dibeli. Dengan langkah-langkah ini, Tokopedia dapat menciptakan pengalaman berbelanja yang lebih aman dan nyaman, serta meminimalisir risiko psikologis yang dirasakan oleh konsumen.

2. Saran Bagi Penelitian Selanjutnya

Dalam penelitian yang dilakukan peneliti, peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih mempunyai banyak kekurangan. Pertama, terbatasnya majalah yang mendukung topik penelitian ini merupakan salah satu gangguan yang dihadapi. Oleh karena itu, para peneliti menyarankan agar penelitian di masa depan harus mengeksplorasi berbagai risiko yang mempengaruhi minat belanja online, mengingat risiko ini akan terus

berkembang seiring dengan perubahan teknologi dan perilaku konsumen. Selain itu, para peneliti juga menyarankan agar penelitian di masa depan dapat mendistribusikan survei lebih cepat untuk menjangkau lebih banyak responden. Dengan cara ini hasil pengolahan data dapat diperoleh lebih cepat dan dari data yang lebih banyak sehingga memungkinkan dilakukannya analisis yang lebih dalam dan akurat. Para peneliti juga menyarankan untuk memperbaiki metode pengumpulan data, seperti menggunakan platform online yang lebih interaktif dan terlibat dengan komunitas online, untuk meningkatkan daya tanggap dan partisipasi responden. Melalui upaya tersebut, diharapkan penelitian selanjutnya dapat memberikan kontribusi yang lebih bermakna dan detail terhadap pemahaman faktor-faktor yang mempengaruhi minat belanja online.

