

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab IV, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut.

1. Hasil penelitian menunjukkan persepsi risiko keuangan memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap minat beli *online* konsumen *BLP Beauty*.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi risiko produk berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat beli *online* konsumen *BLP Beauty*.

Dengan pengujian yang telah dilakukan, maka kesimpulan yang dapat diambil berdasarkan hasil penelitian ini adalah persepsi risiko secara nyata mempengaruhi minat beli *online* konsumen *BLP Beauty*.

#### 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

##### 1. Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada konsumen *BLP Beauty* didapatkan hasil bahwa persepsi risiko memiliki pengaruh yang signifikan. Maka dari itu perlu untuk usaha *BLP Beauty* untuk menekan kekhawatiran pada persepsi masyarakat. sangat penting untuk meminimalisir persepsi yang ada pada masyarakat untuk meningkatkan minat beli *online*

konsumen. Dengan adanya informasi yang jelas dari konten-konten edukatif yang dibuat secara ringan dan menarik supaya dapat dipahami oleh semua kalangan masyarakat. Selain itu, perusahaan juga dapat bekerjasama dengan *e-commerce* atau *marketplace* besar untuk membranding diri dan mendapatkan keuntungan lain seperti berkurangnya biaya yang tidak terduga bagi konsumen.

## 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini masih memiliki banyak kekurangan untuk itu diharapkan penelitian selanjutnya dapat melengkapi celah pada penelitian ini yang berguna untuk memajukan ilmu pengetahuan, maka saran yang dapat diberikan antara lain:

1. Penelitian selanjutnya sebaiknya perlu menggunakan metode kuantitatif untuk lebih memperdalam faktor-faktor persepsi risiko terhadap minat beli *online*.
2. Penelitian selanjutnya perlu untuk mempertimbangkan merek usaha yang berbeda ataupun produk yang berbeda dalam menguji model yang sama
3. Penelitian selanjutnya sangat penting untuk memasukkan faktor-faktor lain selain persepsi risiko keuangan dan persepsi risiko produk untuk mengetahui peran penting dalam minat beli *online*, sehingga akan memperkaya ranah penelitian.

## 5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini sudah diupayakan semaksimal mungkin, namun masih terdapat banyak keterbatasan penelitian, antara lain:

1. Penelitian ini masih belum bisa mengungkapkan secara keseluruhan faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli *online BLP Beauty* secara keseluruhan. Karena baru menemukan 80,2% dari faktor-faktor yang memengaruhi minat beli *online* tersebut, sehingga masih terdapat 19,8% dari faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
2. Sampel dalam penelitian ini hanya terbatas pada konsumen *BLP Beauty* karena adanya keterbatasan waktu dan biaya dari peneliti.