

BAB 5

SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil dari pembahasan di bab sebelumnya, maka dalam penelitian ini dapat ditarik beberapa simpulan sebagai berikut:

1. *Attitude* (AT) berpengaruh positif terhadap *Behavior Intention* (BI) secara langsung, sehingga dapat ditarik simpulan bahwa sikap dapat mempengaruhi pikiran seseorang atas tanggapannya mengenai Shopee sehingga dapat menentukan apakah keinginannya untuk melakukan perilaku pembelian di masa mendatang akan terulang kembali. Dengan demikian hipotesis 1 yang menyatakan *Attitude* berpengaruh positif terhadap *Behavior Intention* diterima.
2. *E-service quality* (ESQ) berpengaruh positif terhadap *Attitude* (AT) secara langsung, sehingga dapat ditarik simpulan bahwa *e-service quality* yang dimiliki Shopee dapat mempengaruhi *attitude* seseorang dalam menilai apakah Shopee merupakan *e-commerce* yang layak karena memiliki teknologi dan fitur terkini yang terus melakukan terobosan perubahan yang lebih baik. Dengan demikian hipotesis 2 yang menyatakan *e-service quality* berpengaruh positif terhadap *attitude* diterima.
3. *Subjective Norm* (SN) berpengaruh positif terhadap *Perceived Behavior Control* (PBC) secara langsung, sehingga dapat disimpulkan bahwa pengaruh dari orang – orang di sekitar maupun para pengguna yang telah memakai fasilitas dari situs Shopee dapat mempengaruhi kepekaan seseorang untuk berusaha mencari tahu informasi yang ingin dicari dengan mengacu pada informasi yang akurat, jelas, dan benar adanya supaya dapat semakin yakin akan pilihannya maka berdasarkan hasil tersebut. Dengan demikian hipotesis 3 yang menyatakan bahwa *Subjective Norm* berpengaruh positif terhadap *Perceived Behavior Control* diterima.
4. *Perceived Behavior Control* (PBC) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavior Intention* (BI) secara langsung, sehingga dapat ditarik simpulan bahwa pengguna Shopee akan tetap melanjutkan pembeliannya kembali

selama masalah tersebut dapat diatasi sendiri oleh pengguna dan tidak berada di luar jangkauan kemampuannya. Dengan demikian hipotesis 4 yang menyatakan bahwa *perceived behavior control* berpengaruh positif terhadap *behavior intention* diterima.

5. *Self-efficacy* (SE) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Perceived Behavior Control* (PBC), sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagai pengguna Shopee percaya bahwa Shopee dapat membantu penggunaanya dalam memberikan solusi yang dinilai dapat menyelesaikan suatu permasalahan dan yakin bahwa Shopee telah melakukan yang terbaik bagi penggunaanya. Dengan demikian hipotesis 5 yang menyatakan bahwa *Self-efficacy* berpengaruh positif terhadap *Perceived Behavior Control* diterima.
6. *Subjective Norm* (SN) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavior intentions* (BI) sehingga dapat ditarik simpulan bahwa keinginan untuk melakukan transaksi kembali di Shopee semuanya ada di tangan para penggunaanya karena sebagai pengguna dapat bebas memutuskan dan menilai apakah Shopee layak untuk digunakan kembali atau tidak berdasarkan informasi yang diperolehnya sendiri maupun pengalaman selama menggunakan Shopee. Dengan demikian hipotesis 6 yang menyatakan bahwa *Subjective Norm* berpengaruh positif terhadap *Behavior intention* diterima.

5.2 Keterbatasan

Adapun beberapa keterbatasan yang ada dalam penelitian ini, antara lain adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya menggunakan variabel *e-service quality*, *self-efficacy* dan menggabungkan kedua variabel tersebut dengan Theory of Planned Behavior (TPB), sehingga bisa ditambahkan variabel-variabel yang lain agar dapat mendukung penelitian selanjutnya.
2. Jumlah responden serta pertanyaan yang diajukan pada kuesioner dalam penelitian ini masih dianggap kurang karena adanya keterbatasan waktu, biaya dan tenaga

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian serta simpulan di atas, maka dapat diberikan saran sebagai berikut:

5.3.1 Saran Akademis

Bagi penelitian selanjutnya, disarankan untuk meneliti pengaruh variabel-variabel seperti *Normative Beliefs* dan *Subjective Norm* yang bernilai netral yang berdasarkan *Theory of Planned Behavior*. Dengan demikian diharapkan agar pada penelitian selanjutnya akan mendapatkan hasil yang lebih baik.

5.3.2 Saran Praktis

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diajukan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan oleh PT. Shopee International Indonesia sebagai berikut:

1. Shopee disarankan memperbaiki kualitas layanan dalam hal informasi pada setiap produk melalui pemberian deskripsi produk yang jelas, memberikan informasi *update* stok barang yang tersedia secara berkala
2. Shopee disarankan memberikan edukasi terutama bagi yang telah berusia 45 tahun ke atas agar dapat mengakses dan menggunakan aplikasi maupun situs yang dimiliki oleh Shopee. .
3. Shopee disarankan mengantisipasi apabila muncul masalah yang terjadi pada salah satu konsumennya dengan memberikan layanan laporan pengaduan sehingga masalah yang dialami oleh konsumen dapat segera teratasi.
4. Shopee disarankan melakukan pembenahan secara berkala dengan mengadakan *maintencane* guna dapat memperbaiki layanan – layanan yang dianggap dapat menghambat konsumen dalam mengakses situs Shopee dan memberikan promo-promo yang dapat menarik minat konsumen dalam berbelanja
5. Shopee disarankan melakukan langkah *After Sales* dengan memberikan ulasan dan komentar tentang produk yang telah dibeli guna dapat memberikan apresiasi baik kepada Shopee maupun kepada penjual yang menawarkan

produk tersebut untuk memberikan kesan dan dapat membuat orang lain juga turut melakukan hal yang serupa.

6. Shopee disarankan melakukan *tutorial* dengan memberikan prosedur langkah – langkah untuk membeli produk dari Shopee dimulai dari cara mencari produk yang sedang dicari, memasukkan barang dalam keranjang pembelian, memasukkan *courier* sebagai jasa pengiriman dan memastikan bahwa alamat pengiriman sesuai dengan yang ditulis konsumen.
7. Shopee disarankan memberikan notifikasi akan barang – barang yang sedang dijual dalam bentuk *Flash Sale* dengan melihat waktu dan kondisi dimana konsumen dapat memiliki waktu untuk dapat mengakses dan melihat – lihat produk – produk yang sedang dijual saat itu.

DAFTAR PUSTAKA

- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2018). Hasil Survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna *Internet* Indonesia 2017. Didapatkan dari <https://www.apjii.or.id/content/read/39/342/Hasil-Survei-Penetrasi-dan-Perilaku-Pengguna-Internet-Indonesia-2017>
- Bartle, Naomi C., dan Harvey, Kate. (2017). Explaining infant feeding: The role of previous personal and vicarious experience on attitudes, subjective norms, self-efficacy, and breastfeeding outcomes. *British Journal of Health Psychology*, 779-781.
- Carlson, Jamie., dan O'Cass, Aron. (2010). Exploring the Relationships Between E-service Quality, Satisfaction, Attitudes, and Behaviours in Content-Driven E-service Web Sites. *Journal of Services Marketing*, 114-115.
- Carlson, Jamie., dan O'Cass, Aron. (2011). Developing a Framework for Understanding E-Service Quality, Its Antecedents, Consequences, and Mediators. *Managing Service Quality*, 267.
- Durianto, S., dan Tony, S. (2001). Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- Fang, Wei-Tang., Ng, Eric., Wang, Ching-Ming., dan Hsu, Ming-Lin. (2017). Normative Beliefs, Attitudes, and Social Norms: People Reduce Waste as an Index of Social Relationships When Spending Leisure Time. *MDPI Sustainability*, 1,3-4, 12.
- Fanning, Frances-Hardin., dan Ricks, Janelle M. (2016). Attitudes, Social Norms, and Perceived Behavior Control Factors Influencing Participation in a Cooking Skills Program in Rural Central Appalachia. *Global Health Promotion*, 3(2), 4.
- Gera, Rajat. (2011). Modelling E-service Quality and its Consequences in India: an SEM Approach. *Journal of Research in Interactive Volume 5 No. 2/3*, 214.
- Ghozali, Imam., Fuad. (2005). Teori, Konsep & Aplikasi Dengan Program Lisrel 8.5. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 13.
- Ghozali, Imam., Hengky, Latan., 2014, Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris. Semarang: BP Undip, 47-54, 73-81.
- Godin, Gaston., Gagne Camille., dan Sheeran, Paschal. (2004). Does Perceived Behavioural Control Mediate the Relationship between Power Belief and Intention. *British Journal of Health Psychology*, 561.

- Han, Bangwool., Kim, Minho., dan Lee, Jaehoon. (2018). Exploring Consumer Attitudes and Purchasing Intentions of Cross-Border Online Shopping in Korea. *Journal of Korea Trade*, 3, 5-6.
- He, Yuan., Yang, Fan., Mu, Dongqin., Xing, Yuan., dan Li, Xin. (2016). Examination of psychosocial predictors of Chinese hospital pharmacists' intention to provide clinical pharmacy services using the theory of planned behaviour: a cross-sectional questionnaire study. *BMJ Open*, 9.
- Kim, Young Hoon., Kim, Dan J., dan Hwang, Yujong. (2009). Exploring Online Transaction Self-Efficacy in Trust Building in B2C E-commerce. *Journal of Organizational and End User Computing*, 58.
- Konietzny, Jirka., Garuana, Albert., dan Cassar, Mario L. (2018). Fun and Fair, I don't Care: The Role of Enjoyment, Fairness, and Subjective Norms on Online Gambling Intentions. *Journal of Retailing and Consumers Services Volume 44*, 93.
- Krahé, Barbara., dan Busching, Robert. (2014). Interplay of Normative Beliefs and Behavior in Developmental Patterns of Physical and Relational Aggression in Adolescence: A Four-Wave Longitudinal Study. *Frontiers in Psychology*, 2.
- Kristiadi, Novi. (2017). E-commerce, Manfaat dan Keuntungannya. Didapatkan dari <https://www.kompasiana.com/novikristiadi/5992634e93be2508e06c5402/e-commerce-manfaat-dan-keuntungannya>, 4 Juli 2018, pukul 11.25 WIB
- Lee, Gwo-Guang., Lin, Hsiu-Fen. (2005). Customer Perceptions of E-service Quality in Online Shopping. *International Journal of Retail & Distribution Management Volume 33 No. 2*, 162-163.
- Lehner, Franz., Haas, Nicolas. (2010). Knowledge Management Success Factors-Proposal of an Empirical Research. *Electronic Journal of Knowledge Management Volume 8 Issue 1*, 82.
- Lewis, Beth A., Williams, David M., Frayeh, Amanda L. dan Marcus, Bess H. (2016). Self-Efficacy Versus Perceived Enjoyment as Predictors of Physical Activity Behavior. *Psychology & Health*, 3.
- Li, Mimi., Cai, Liping A., dan Shangzhi Qiu. (2016). A Value, Affective Attitude, and Tourist Behavioral Intention Model. *Journal of China Tourism Research*, 182, 183(2).
- Liu, Yuwei., Sheng, Hong., Mundorf, Norbert., Redding, Colleen., dan Ye, Yinjiao. (2017). Integrating Norm Activation Model and Theory of Planned Behavior to Understand Sustainable Transport Behavior: Evidence from China. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 5.

- Lubis, Miladinne. (2014). Konsumen Indonesia Mulai Menyukai Belanja Online. Didapatkan dari <https://www.nielsen.com/content/corporate/id/en/press-room/2014/konsumen-indonesia-mulai-menyukai-belanja-online.html>, 2 Juni 2018, pukul 9.50 WIB
- Mamun, Abdullah-Al., Mohamad, Mohd. Rosli., Yaacob, Mohd. Rafi Bin., dan Mohiuddin, Muhammad. (2018). Intention and Behavior Towards Green Consumption Among Low-Income Households. *Journal of Environmental Management.*, 75.
- Martinez, Lourdes S., dan Lewis Nehama. (2016). The moderated Influence of Perceived Behavioral Control on Intentions among the General U.S. Population: Implications for Public Communication Campaigns. *British Journal of Health Psychology*, 3-4.
- Maulana, Rizqi. (2018). Tren Perilaku Konsumen Belanja Online Indonesia Tahun 2018 Menurut Iprice. Didapatkan dari <https://id.techinasia.com/tren-perilaku-konsumen-online-indonesia-menurut-iprice>, 2 Juni 2018, pukul 10.30 WIB
- Mpinganjira Mercy. (2016). An Invesgation of Consumer Attitudes Towards Online Stores. *African Journal of Science Technology, Innovation and Development*, 2, 6.
- Nuzar, Irwanysah. (2018). Penetrasi Internet Indonesia Didominasi Gen Z. Didapatkan dari <http://teknopreneur.com/2018/02/19/penetrasi-internet-indonesia-didominasi-gen-z/>, 2 Juni 2018, pukul 10.20 WIB
- Newzoo. (2018). Top 50 Countries by Smartphone Users and Penetration. Didapatkan dari <https://newzoo.com/insights/rankings/top-50-countries-by-smartphone-penetration-and-users/> , 2 Juni 2018, pukul 10.10 WIB
- Pavlou, Paul A., dan Fygenon Mendel. (2006). Understanding and Predicting Eletronic Commerce Adoption: An Extension of the Theory of Planned Behavior. *Mis Quarterly Volume 30 No. 1*.
- Pratama, Aditya Hadi. (2017). Lazada Sanggah Klaim Shopee Tentang Siapa *E-Commerce* Terbesar di Asia Tenggara. Didapatkan dari <https://id.techinasia.com/lazada-sanggah-shopee-ecommerce-terbesar>, 2 Juni 2018, pukul 13.40 WIB
- Salamuddin, Maulia. (2018). Ini 5 Kota di Indonesia yang Paling Doyan Belanja *Online*. Didapatkan dari <https://telset.id/215460/ini-5-kota-di-indonesia-yang-paling-doyan-belanja-online/>, 11 Juli 2018, pukul 10.40 WIB

- Sean, Ila. (2018). Rata – rata Waktu yang Dhabiskan Konsumen Indonesia Kunjungi Toko Online. Didapatkan dari <https://www.covesia.com/techno/baca/47963/rata-rata-waktu-yang-dihabiskan-konsumen-indonesia-kunjungi-toko-online>, 2 Juni 2018, pukul 09.40 WIB
- Setiawan, Sakina Rakhma Diah. (2018). Ketika Orang Indonesia Lebih Senang Belanja Online. Didapatkan dari [https:// ekonomi.kompas.com/read/2014/10/13/084300126/Ketika.Orang.Indonesia.Lebih.Senang.Belanja.Online](https://ekonomi.kompas.com/read/2014/10/13/084300126/Ketika.Orang.Indonesia.Lebih.Senang.Belanja.Online), 2 Juni 2018, pukul 11.00 WIB
- Shintia, Dwi. (2017). CEO Shopee Chris Feng: Ada Pemain Berbeda di Tiap Segmen. Didapatkan dari <https://www.jawapos.com/ekonomi/bisnis/17/10/2017/ceo-shopee-chris-feng-ada-pemain-berbeda-di-tiap-segmen>, 2 Juni 2018 pukul 12.15 WIB
- Silalahi, Ulber. (2012). Metode Penelitian Sosial. Bandung: Penerbit PT Refika Aditama. 282, 292, 296.
- Sugiyono., (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono., (2017). Statistika Untuk Peneltian. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Tim Riset Iprice. (2017). Kilas Balik Persaingan E-commerce Indonesia Tahun 2017. Didapatkan dari <https://iprice.co.id/trend/insights/kilas-balik-e-commerce-indonesia-2017/>, 2 Juni 2018, pukul 14.24 WIB
- Utami, Christina Widya. (2017). Attitude, Subjective Norms, Perceived Behavior, Entrepreneurship Education and Self-efficacy toward Entrepreneurial Intention University Student in Indonesia. *European Research Studies Journal*, 478-479, 492.
- Vasiljevic, Milica., Ng, Yin-Lam., Griffin, Simon J., Sutton, Stephen., Marteau, Theresa M. (2015). Is the Intention-Behaviour Gap Greater Amongst the More Deprived? A Meta-Analysis of Five Studies Adherence in Smoking Cessation. *British Journal of Health Psychology*, 12.
- Wang, Jia., Liu, Ru-De., Ding, Yi., Xu, Le. Dan Zhen, Rui. (2017). What Influences Chinese Adolescents' Choice Intention between Playing Online Games and Learning? Application of Theory of Planned Behavior with Subjective Norm Manipulated as Peer Support and Parental Monitoring. *Frontiers in Psychology*, 2(2).

- Xu, Jing(Bill)., Ling, Tsz (Elaine)., dan Pratt, Stephen. (2017). Destination Image of Taiwan from the Perspective of Hong Kong Residents: Revisiting Structural Relationships Between Destination Image Attributes and Behavioral Intention. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 6.
- Yuliharsi., Islam, Md. Aminul. (2011). Factors that Influence Customers' Buying Intention on Shopping Online. *International Journal of Marketing Studies Volume 3 No. 1*, 131.
- Yusmita, Fifi., Mat, Nik Kamariah Nik., Muhammad Mulyagus Usman., Yusoff, Yuhainis Mohd., Azhar Fitrisal., Behjati Saeed. (2012). Determinants of Online Purchasing Behavior in Nanggroe Aceh Darussalam. *American Journal of Economics*, 154-155.
- Zeglat, Dia., Shrafat, Fayiz., dan Al-Smadi, Ziad. (2016). The Impact of the E-Service Quality of Online Databases on Users' Behavioral Intentions: A Perspective of Postgraduate Students. *International Review of Management and Marketing*, 2, 6.