# BAB V

# SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan jawaban dari permasalahan penelitian berdasarkan analisis dan pembahasan serta merupakan bagian penutup penelitian ini, dimana akan disusun suatu kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan saran-saran yang semakin bermanfaat untuk pihak mana pun.

## A. Simpulan

Simpulan dapat ditarik dari analisis dan pemabahasan yaitu sebagai berikut:

1. Pengujian hipotesis pertama yang mana sikap konsumen tidak berpengaruh positif terhadap minat beli ulang remaja di Palembang secara *online*. Dari enam indikator sikap konsumen semuanya tidak berpengaruh secara signifikan hal ini dimungkinkan karenakan faktor lain yang tidak diteliti. Hal ini sesuai terhadap penelitian Narges Delafrooz, Laily Hj. Paim and Ali Khatibi (2010) dimana tidak semua sikap konsumen mempengaruhi konsumen untuk belanja secara *online*. Tetapi hal ini berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Leisa Reineeke dan Ronald E. Goldsmith (2001) dimana hasil penelitian mereka memperlihatkan sikap konsumen memiliki pengaruh terhadap dampak pengetahuan internet untuk berbelanja secara *online.*

2. Pengujian hipotesis kedua yang mana perilaku konsumen berpengaruh positif terhadap minat beli ulang remaja di Palembang secara *online.* Dengan demikian dapat dikatakan bahwa perilaku konsumen secara singnifikan mempengaruhi minat beli ulang konsumen. Hasil dalam penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Leisa Reineeke dan Ronald E. Goldsmith (2001) dimana hasil penelitian menunjukkan dampak pengetahuan internet berpengaruh terhadap perilaku konsumen untuk berbelanja *online*. Sementara hal ini berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Gun Jun dan Noor Ismawati (2011) dimana perilaku konsumen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap belanja *online* konsumen di China.

## B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka dalam melakukan penelitian ini penulis juga memiliki beberapa keterbatasan antara lain yaitu:

1. Responden yang diambil untuk dijadikan sampel terlalu sedikit.
2. Responden yang dituju tidak secara luas artinya dimana penyebaran kuesioner ini dilakukan hanya pada remaja yang ada di Palembang saja.
3. Analisis yang dilakukan terlalu terpaku pada judul dan tidak bisa melihat variabel lain yang mempunyai pengaruh.

Berdasarkan keterbatasan diatas, maka penulis memiliki beberapa saran untuk penelitian selanjutnya yaitu antara lain:

1. Mengambil responden untuk dijadikan sampel lebih dari 100 responden.
2. Menyebarkan kuesioner pada kalangan lain, misal pada orang dewasa seperti orang yang sudah bekerja dan ibu rumah tangga.
3. Melakukan analisis juga dengan variabel lain, misalkan dengan melihat 4P yaitu produk, harga, distribusi, dan promosi.