

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai kajian motivasi hedonik dan utilitarian dalam perilaku pembelian *online*, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pada variabel motivasi hedonik yang paling dirasakan oleh responden adalah indikator belanja *online* memberi ide tentang *tren* serta *mode* terbaru dengan nilai rata-rata (*mean*) tertinggi dibandingkan indikator lainnya.
2. Pada variabel motivasi Utilitarian yang paling dirasakan oleh responden adalah indikator merasakan manfaat ketika berbelanja *online* dengan nilai rata-rata (*mean*) tertinggi dibandingkan indikator lainnya.

Kesimpulannya dari hasil penelitian ini berdasarkan jawaban seluruh responden bahwa antara variabel hedonik dan variabel utilitarian ketika berbelanja *online* mereka lebih cenderung ke motivasi hedonik dari pada motivasi utilitarian. Hal ini dikarenakan sebagian besar responden dipenelitian ini adalah perempuan, yang pada dasarnya perempuan lebih suka belanja dibandingkan dengan laki-laki.

5.2 Saran

Beberapa saran dan pertimbangan yang disajikan berdasarkan penelitian ini antara lain:

1. Penulis dapat memberikan saran kepada para mahasiswa/i di Bandar Lampung yang cenderung memilih belanja secara *online*, memang pada dasarnya belanja *online* memberikan berbagai kemudahan yang instan dalam transaksinya. Tetapi kewaspadaan terhadap penggunaan *online shop* sebaiknya menjadi bahan pertimbangan bagi semua pihak dalam berbelanja secara *online*.
2. Saran yang di berikan kepada para pengguna jasa *online* adalah dengan menggunakan situs resmi yang terpercaya dan memilih kualitas barang yang tinggi ketika melakukan transaksi *online shop*. *Online shop* memberikan berbagai kemudahan dalam proses transaksinya oleh sebab itu disarankan kepada para pengguna jasa *online shop* harus lebih jeli memanfaatkan jasa tersebut dan memilih barang yang dapat digunakan secara fungsi barang tersebut.