

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI

5.1 Simpulan

Simpulan yang didapatkan dari hasil analisis niat perilaku belanja *live streaming* pada aplikasi Shopee dengan model *theory of planned behavior* (TPB) adalah sebagai berikut:

5.1.1 Sikap (*Attitude*) terhadap Niat konsumen (*Consumer Intention*)

Sikap memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat konsumen dalam belanja *live streaming* pada aplikasi Shopee. Artinya, semakin tinggi sikap positif konsumen dalam belanja *live streaming* akan semakin tinggi juga niat konsumen untuk berpartisipasi belanja lewat *live streaming* pada aplikasi Shopee. Penilaian konsumen atas sikap termasuk sangat tinggi, artinya sikap menjadi keputusan rencana tindakan belanja dengan meyakini pertimbangan persepsi sikap positif konsumen terhadap fitur.

5.1.2 Norma Subjektif (*Subjective Norm*) terhadap Niat Konsumen (*Consumer Intention*)

Norma subjektif memiliki pengaruh positif juga signifikan terhadap niat konsumen dalam belanja *live streaming* pada aplikasi Shopee. Artinya, semakin tinggi persepsi dorongan lingkungan sosial yang dirasakan positif oleh konsumen dalam belanja *live streaming*, maka akan semakin tinggi niat konsumen untuk berpartisipasi belanja lewat *live streaming* pada aplikasi Shopee. Penilaian konsumen atas norma subjektif termasuk tinggi, artinya norma subjektif menjadi pendorong rencana tindakan belanja dengan mempertimbangkan informasi pendapat orang terdekat terhadap fitur.

5.1.3 Kendali Perilaku yang Dirasakan (*Perceived of Behavioral Control*) terhadap Niat Konsumen (*Consumer Intention*)

Kendali perilaku yang dirasakan memiliki pengaruh positif juga signifikan terhadap niat konsumen dalam belanja *live streaming* pada aplikasi Shopee. Artinya, semakin tinggi kontrol dan kemampuan diri yang dirasakan

positif oleh konsumen dalam belanja *live streaming*, maka akan semakin tinggi niat konsumen untuk berpartisipasi belanja lewat *live streaming* pada aplikasi Shopee. Penilaian konsumen atas kendali perilaku yang dirasakan termasuk sangat tinggi, artinya kendali perilaku menjadi pertimbangan rencana tindakan belanja dengan kepercayaan akan kontrol keyakinan pribadi terhadap kegunaan fitur.

5.1.4 Niat Konsumen (*Consumer Intention*) terhadap Perilaku Penggunaan (*Use Behavior*)

Niat konsumen memiliki pengaruh positif juga signifikan terhadap perilaku penggunaan belanja *live streaming* pada aplikasi Shopee. Artinya, semakin tinggi niat konsumen dalam rencana partisipasi belanja *live streaming*, maka akan semakin tinggi tindakan aktual untuk terlibat langsung dalam perilaku penggunaan belanja lewat *live streaming* pada aplikasi Shopee. Penilaian konsumen atas niatnya termasuk sangat tinggi, artinya niat konsumen sebagai hasil rencana yang menjadi keputusan tindakan aktual belanja, sehingga konsumen memiliki keyakinan rencana yang matang untuk penggunaan kembali fitur belanja *live streaming*.

5.2 Implikasi

Implikasi yang didapatkan dari hasil penelitian ini meninjau sudut pandang teoritis melalui usulan pendekatan model *theory of planned behavior* (TPB) yang digunakan, sehingga dapat menjadi kerangka teoritis untuk memprediksi dan memahami niat perilaku konsumen dalam penggunaan belanja *live streaming* pada aplikasi Shopee. Sebagai awalan penelitian selanjutnya, yang akan menambah kelengkapan literatur pengembangan penelitian terkait niat perilaku konsumen dalam berbelanja melalui *live streaming* pada aplikasi *e-commerce*.

Secara praktis konsumen sudah lebih memiliki kesadaran dan berpikir rasional karena mereka sudah mempertimbangkan rencananya dengan matang sebelum berpartisipasi dalam belanja *live streaming*, sehingga dapat mengantisipasi perilaku tidak terencana yang mengarah pada tindakan negatif. Pengelola fitur mendapat pemahaman upaya apa yang dilakukan dalam

optimalisasi pengembangan fitur yang berorientasi pada preferensi perilaku pengguna sehingga dapat menghindari retensi pengguna. Penjual (*streamer*) pengguna fitur ini mengetahui strategi penjualan dengan mengevaluasi niat perilaku konsumen, dari melihat sikap, norma subjektif, dan kendali diri konsumen agar dapat memasarkan produk secara sehat melalui fitur ini. Peneliti juga sudah mendapatkan rencana tindakan apa yang diperlukan dalam partisipasi pada belanja *live streaming* untukantisipasi tindakan tidak terencana, seperti lebih meyakinkan perasaan, orang yang berpengaruh di lingkungan sekitar, kesanggupan dalam berpartisipasi, pertimbangan penggunaan, serta frekuensi penggunaan untuk menghindari kemungkinan perilaku negatif.

5.3 Rekomendasi

Rekomendasi dari hasil penelitian yang dapat diberikan oleh penulis berdasarkan pembahasan dan simpulan yang ada diantaranya sebagai berikut:

5.3.1 Untuk Konsumen

Para pengguna fitur belanja *live streaming* pada aplikasi Shopee diharapkan kedepannya memiliki kesadaran penuh atas rencana tindakan perilaku yang akan diambil dalam berbelanja. Konsumen perlu meyakinkan perasaan dalam berpartisipasi, orang yang berpengaruh di lingkungan sekitar, kesanggupannya dalam berpartisipasi, pertimbangan penggunaan, dan frekuensi penggunaan agar dapat membuat rencana keputusan yang lebih baik pada perilaku aktual mereka dalam berbelanja untuk menghindari tindakan yang tidak diperlukan.

5.3.2 Untuk Pengelola

Pengembangan fitur perlu melihat pola perilaku dari konsumen sehingga kampanye pemasaran yang dilakukan oleh penjual (*streamer*) lebih tepat sasaran, dan dapat membantu identifikasi masalah serta gambaran yang memungkinkan pengguna meninggalkan fitur belanja *live streaming* atau meninggalkan *live streaming* penjual. Pengelola atau penjual (*streamer*) dapat mengupayakan peningkatan manfaat yang ditawarkan, kepercayaan dalam aktivitas fitur, kemudahan yang akan dirasakan konsumen, memberitahukan risiko belanja, dan memberi pilihan ketika akses fitur agar memberikan pengetahuan pada konsumen untuk membuat keputusan belanja yang lebih

rasional dan dapat meningkatkan penjualan dengan aktivitas belanja yang lebih sehat.

5.3.3 Untuk Penelitian Selanjutnya

Masih terdapat keterbatasan dalam penelitian ini, sebagai saran kelanjutan dari penelitian ini diharapkan mampu mengidentifikasi faktor tambahan selain sikap, norma subjektif dan kendali perilaku yang dirasakan untuk dapat memprediksi niat perilaku pengguna belanja *live streaming* lebih lanjut dengan menambahkan variabel relevan. Dapat juga mengevaluasi kondisi karakteristik konsumen yang lebih luas untuk lebih memahami pertimbangan mereka dalam belanja *live streaming*. Sebaiknya penelitian selanjutnya tidak hanya berfokus pada fitur *live streaming commerce* di satu aplikasi saja, tapi bisa dari *e-commerce* lain yang ada di Indonesia.