

## BAB V

### PENUTUP

#### **5.1 Kesimpulan**

Pada keseluruhan dari hasil analisis yang telah dilakukan pada penelitian ini, maka dapat diambil kesimpulan yaitu :

1. Keparahan berpengaruh positif signifikan terhadap kecemasan konsumen. Dikatakan memiliki pengaruh, karena keparahan yang tinggi dapat meningkatkan kecemasan konsumen dalam menggunakan aplikasi Shopee.
2. Ketidakpastian berpengaruh positif signifikan terhadap kecemasan konsumen. Dikatakan memiliki pengaruh, karena ketidakpastian yang tinggi dapat meningkatkan kecemasan konsumen dalam menggunakan aplikasi Shopee.
3. Kecemasan konsumen berpengaruh negatif signifikan terhadap niat menggunakan. Dikatakan memiliki pengaruh karena kecemasan konsumen yang tinggi dapat mengurangi niat menggunakan dalam aplikasi Shopee.

#### **5.2 Keterbatasan Penelitian**

Keterbatasan penelitian yang dilakukan baik secara teoritik, metodologis, dan teknis pada penelitian ini akan diuraikan sebagai berikut :

1. Objek penelitian hanya di fokuskan pada *market place* Shopee yang mana hanya satu dari sekian banyak *market place* lain yang juga banyak terdapat aktifitas jual beli seperti Blibli, Tokopedia, dan Lazada.
2. Penelitian ini hanya melakukan pengkajian terhadap pengaruh beberapa faktor keparahan, ketidakpastian, dan kecemasan konsumen terhadap niat

menggunakan pada pengguna aplikasi Shopee. Sehingga perlu dikembangkan penelitian lebih lanjut untuk meneliti pengaruh faktor lain yang belum dikaji pada niat menggunakan dalam penggunaan Shopee.

### **5.3 Saran**

Dari hasil analisis yang telah dilakukan pada penelitian ini maka peneliti memberikan saran-saran yang bermanfaat bagi pihak yang terkait sebagai berikut :

#### **1. Bagi Pengguna Aplikasi Shopee**

Dalam meningkatkan keterlibatan pengguna aplikasi Shopee sebaiknya harus lebih ditingkatkan dan konsisten dalam memberikan layanan aduan konsumen yang terdapat pada aplikasi Shopee. Sehingga tidak menghasilkan kecemasan dalam niat menggunakan aplikasi Shopee serta konsumen akan semakin percaya terhadap aplikasi Shopee.

#### **2. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah wawasan ilmu maupun teori yang dicantumkan seperti keparahan, ketidakpastian, kecemasan konsumen dan niat menggunakan serta memahami alat uji yang digunakan agar tidak terhambat pada saat menyusun penelitian, serta peneliti selanjutnya untuk memperbanyak referensi penelitian lain agar mampu mendukung topik yang akan diteliti.

## DAFTAR RUJUKAN

- R., & Nurkhin, A. (2020). Analysis of Factors Affecting Behavioral Intention to Use E-Learning Uses the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology Approach. *KnE Social Sciences*, 2020, 1005–1025. <https://doi.org/10.18502/kss.v4i6.6658>
- Abbasi, M. S., Chandio, F. H., Soomro, A. F., & Shah, F. (2011). Social influence, voluntariness, experience and the internet acceptance: An extension of technology acceptance model within a south-Asian country context. *Journal of Enterprise Information Management*, 24(1), 30–52. <https://doi.org/10.1108/17410391111097410>
- Afandi, I. A., Kusyanti, A., & Wardani, N. H. (2017). Analisis Hubungan Kesadaran Keamanan , Privasi Informasi , Perilaku Keamanan Pada Para Pengguna Media Sosial Line. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 1(9), 783–792.
- Amaral, M. A. L., Penggunaan, M. B. M. G. W., Biaya, T., Lopes Amaral, M. A., & Wutun, M. B. M. G. (2022). *JANUARI-APRIL 2022*, Hal. 9(1), 30–41. [www.nasionalkontan.co.id](http://www.nasionalkontan.co.id)
- Anderson, E. C., Carleton, R. N., Diefenbach, M., & Han, P. K. J. (2019). The Relationship Between Uncertainty and Affect. *Frontiers in Psychology*, 10(November). <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.02504>
- Anuraga, G., Sulistiyawan, E., & Munadhiroh, S. (2017). Structural Equation Modeling – Partial Least Square Untuk Pemodelan Indeks Pembangunan Kesehatan Masyarakat (Ipkm) Di Jawa Timur. *Seminar Nasional Matematika Dan Aplikasinya*, 257.
- Arifianti, Ria & Gunawan, W. (2020). Perilaku Impulse Buying Dan Interaksi Sosial Dalam Pembelian Di Masa Pandemi. *SOSIOGLOBAL : Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Sosiologi*, 5(2), 43–60. <https://jurnal.unpad.ac.id/sosioglobal/article/view/30759/pdf>
- Bleier, A., Harmeling, C. M., & Palmatier, R. W. (2019). Creating effective online customer experiences. *Journal of Marketing*, 83(2), 98–119. <https://doi.org/10.1177/0022242918809930>
- Celik, H. (2011). Influence of Social Norms, Perceived Playfulness and Online Shopping Anxiety on Customers' Adoption of Online Retail Shopping: An Empirical Study in the Turkish Context. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 39(6), 390–413.
- Celik, H. (2016). Customer online shopping anxiety within the Unified Theory of

Acceptance and Use Technology (UTAUT) framework. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 28(2), 278–307. <https://doi.org/10.1108/APJML-05-2015-0077>

Darrat, A. A., Darrat, M. A., & Amyx, D. (2016). How impulse buying influences compulsive buying: The central role of consumer anxiety and escapism. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 31, 103–108. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2016.03.009>

De Kimpe, L., Walrave, M., Verdegem, P., & Ponnet, K. (2022). What we think we know about cybersecurity: an investigation of the relationship between perceived knowledge, internet trust, and protection motivation in a cybercrime context. *Behaviour and Information Technology*, 41(8), 1796–1808. <https://doi.org/10.1080/0144929X.2021.1905066>

Dewi, C. K., Mohaidin, Z., & Murshid, M. A. (2020). Determinants of online purchase intention: a PLS-SEM approach: evidence from Indonesia. *Journal of Asia Business Studies*, 14(3), 281–306. <https://doi.org/10.1108/JABS-03-2019-0086>

Fadila, A. N. N. (2020). Pengaruh Sistem Pengendalian Internal Terhadap Deteksi Kecurangan: Pada Pt. Pegadaian (Persero) Cabang Palopo. *Jurnal Akuntansi STIE Muhammadiyah Palopo*, 5(1), 20–45. <https://doi.org/10.35906/ja001.v5i1.529>

Fatih Seida. (2022). *Kekecewaan terhadap Penanganan Kasus Pengembalian Barang oleh Shopee. Mediakonsumen.* <https://mediakonsumen.com/2022/11/23/surat-pembaca/kekecewaan-terhadap-penanganan-kasus-pengembalian-barang-oleh-shopee>

Gamma, A. E., Slekiene, J., Von Medeazza, G., Asplund, F., Cardoso, P., & Mosler, H. J. (2017). Contextual and psychosocial factors predicting Ebola prevention behaviours using the RANAS approach to behaviour change in Guinea-Bissau. *BMC Public Health*, 17(1), 1–12. <https://doi.org/10.1186/s12889-017-4360-2>

Giska Oktaviani. (2022). *Etika Bisnis dalam Transaksi Online di Marketplace.* Yoursay,Id. <https://yoursay.suara.com/lifestyle/2022/04/28/120652/etika-bisnis-dalam-transaksi-online-di-marketplace>

Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>

Han, L., Zhan, Y., Li, W., Xu, Y., Xu, Y., & Zhao, J. (2021). Associations between the perceived severity of the covid-19 pandemic, cyberchondria, depression, anxiety, stress, and lockdown experience: Cross-sectional survey study. In *JMIR Public Health and Surveillance* (Vol. 7, Issue 9).

<https://doi.org/10.2196/31052>

- Humida, T., Al Mamun, M. H., & Keikhosrokiani, P. (2022). Predicting behavioral intention to use e-learning system: A case-study in Begum Rokeya University, Rangpur, Bangladesh. *Education and Information Technologies*, 27(2), 2241–2265. <https://doi.org/10.1007/s10639-021-10707-9>
- Istri, C., Putri, D., & Sudiksa, I. B. (2018). *RISIKO TERHADAP NIAT BELI ONLINE PADA SITUS LAZADA Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana , Bali , Indonesia ABSTRAK Era globalisasi saat ini menjadikan perkembangan teknologi informasi yang berkembang semakin pesat . Perkembangan teknologi terse. 7(7), 3532–3563.*
- Joseph F. Hair, Jr. G. Tomas M.Hult, Christian M Ringle, M. S. (2014). *A Primer On Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (Laura Barrett (ed.); Wangshiton). SAGE.
- Kim, M. (2021). A psychological approach to Bitcoin usage behavior in the era of COVID-19: Focusing on the role of attitudes toward money. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 62(April), 102606. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102606>
- Kirchner, M., Mitter, H., Schneider, U. A., Sommer, M., Falkner, K., & Schmid, E. (2021). Uncertainty concepts for integrated modeling - Review and application for identifying uncertainties and uncertainty propagation pathways. *Environmental Modelling and Software*, 135(October 2020), 104905. <https://doi.org/10.1016/j.envsoft.2020.104905>
- Laato, S., Islam, A. K. M. N., Farooq, A., & Dhir, A. (2020). Unusual purchasing behavior during the early stages of the COVID-19 pandemic: The stimulus-organism-response approach. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 57(March), 102224. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102224>
- Lalicic, L., & Weismayer, C. (2021). Consumers' reasons and perceived value co-creation of using artificial intelligence-enabled travel service agents. *Journal of Business Research*, 129(November 2020), 891–901. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.11.005>
- Li, J. Bin, Yang, A., Dou, K., & Cheung, R. Y. M. (2020). Self-control moderates the association between perceived severity of coronavirus disease 2019 (COVID-19) and mental health problems among the Chinese public. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(13), 1–10. <https://doi.org/10.3390/IJERPH17134820>
- Lois, M., Kelana, I., Anggraheny, H. D., & Faizin, C. (2022). *Perbedaan Perceived Susceptibility dan Severity Pelaksanaan Protokol Kesehatan Covid-19 Masyarakat Perkotaan dan Pedesaan. 3(June), 84–92.*

- Mailizar, M., Burg, D., & Maulina, S. (2021). Examining university students' behavioural intention to use e-learning during the COVID-19 pandemic: An extended TAM model. *Education and Information Technologies*, 26(6), 7057–7077. <https://doi.org/10.1007/s10639-021-10557-5>
- McCole, P., Ramsey, E., & Williams, J. (2010). Trust considerations on attitudes towards online purchasing: The moderating effect of privacy and security concerns. *Journal of Business Research*, 63(9–10), 1018–1024. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2009.02.025>
- Muchnisa, F., & Sulaiman. (2020). Pengaruh Pembelian Impulsif Terhadap Kecemasan Konsumen Yang Berdampak Pada Pembelian Kompulsif Dan Dimediasi Oleh Eskapisme (Studi Kasus Pada Matahari Departement Store Di Banda Aceh). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen Accredited SINTA*, 4(1), 236–249. <http://jim.unsyiah.ac.id/ekm>
- Nagar, K., & Gandotra, P. (2016). Exploring choice overload, internet shopping anxiety, variety seeking and online shopping adoption relationship: Evidence from online fashion stores. *Global Business Review*, 17(4), 851–869. <https://doi.org/10.1177/0972150916645682>
- Nursiah, N. (2017). Pengaruh Perceived Ease of Use Dan Perceived Usefulness Terhadap Behavior Intention To Use. *Jurnal Elektronik Sistem Informasi Dan Komputer*, 3(2), 39–47.
- Omar, N. A., Nazri, M. A., Ali, M. H., & Alam, S. S. (2021). The panic buying behavior of consumers during the COVID-19 pandemic: Examining the influences of uncertainty, perceptions of severity, perceptions of scarcity, and anxiety. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 62(August 2020), 102600. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102600>
- Patil, P., Tamilmani, K., Rana, N. P., & Raghavan, V. (2020). Understanding consumer adoption of mobile payment in India: Extending Meta-UTAUT model with personal innovativeness, anxiety, trust, and grievance redressal. *International Journal of Information Management*, 54(February), 102144. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102144>
- Prof.Dr. Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (M. Dr. Ir. Sutopo. S.Pd (ed.); Cetakan 1). Alfabeta.
- Rara Galih Nirwana. (2022). *Kecewa dengan Layanan Kurir Rekomendasi Tokopedia*. *Mediakonsumen*. <https://mediakonsumen.com/2022/09/30/surat-pembaca/kecewa-dengan-layanan-kurir-rekomendasi-tokopedia>
- Setiyaningsih, R., Tamtomo, D., & Suryani, N. (2016). Health Belief Model: Determinantsof Hypertension Prevention BehaviorinAdults at Community Health Center, Sukoharjo, Central Java. *Journal of Health Promotion and*

*Behavior*, 01(03), 160–170. <https://doi.org/10.26911/thejhpb.2016.01.03.03>

Sharma, P., Leung, T. Y., Kingshott, R. P. J., Davcik, N. S., & Cardinali, S. (2020). Managing uncertainty during a global pandemic: An international business perspective. *Journal of Business Research*, 116(May), 188–192. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.05.026>

Sharma, R., Dhir, A., Talwar, S., & Kaur, P. (2021). Over-ordering and food waste: The use of food delivery apps during a pandemic. *International Journal of Hospitality Management*, 96(May 2020), 102977. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2021.102977>

Taherdoost, H. (2019). *What Is the Best Response Scale for Survey and Questionnaire Design; Review of Different Lengths of Rating Scale / Attitude Scale / Likert Scale by Hamed Taherdoost* :: SSRN. 8(1), 1–10. [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3588604](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3588604)

Wijayanti, M. W., Suddin, A., & Sutarno. (2019). Pengaruh Perceived Usefulness Dan Perceived Ease Of Use Terhadap Behaviour Intention To Use Bri Digital Banking Pada Agen Brilink Pt Bank Rakyat Indonesia Tbk Kantor Cabang Magelang. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*, 13, 188–199.