



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah:

1. Terdapat hubungan positif antara persepsi risiko dengan pengambilan keputusan pembelian pada konsumen yang berbelanja *online shop*. Artinya, semakin besar persepsi risiko yang dirasakan konsumen maka konsumen cenderung tidak mengambil keputusan membeli, sebaliknya semakin rendah persepsi risiko maka konsumen cenderung mengambil keputusan untuk membeli.
2. Berdasarkan pengkategorian subjek, persepsi risiko subjek terhadap *online shop* sangat tinggi, namun pengambilan keputusan pembelian di *online shop* pada tingkatan sedang.
3. Berdasarkan jenis kelamin, jumlah konsumen yang berbelanja di *online shop* didominasi oleh perempuan.

B. SARAN

Saran pada penelitian ini ditujukan kepada:

1. Konsumen *online shop*



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak rugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Diharapkan kepada konsumen *online shop* agar lebih teliti dalam memilih *online shop* untuk berbelanja. Pertimbangkanlah segala hal yang akan di alami dikemudian hari setelah membeli barang *online shop* tersebut sebelum menentukan pengambilan keputusan membeli atau tidak membeli.

2. Peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian tentang persepsi risiko dan pengambilan keputusan pembelian, agar dapat menambah sumber-sumber dan literatur-literatur lebih banyak lagi untuk penyempurnaan pada penelitian selanjutnya.