

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

1. Hasil analisis Regresi Linier menunjukkan bahwa variabel Kualitas Web mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Pelanggan Situs Web Belanja *Online* Zalora (nilai probabilitas t_{hitung} (0,009) < *Level of Significant* (0,05)). Hal ini dapat diartikan, jika Kualitas Web meningkat, maka Minat Beli Pelanggan Situs Web Belanja *Online* Zalora mengalami peningkatan.
2. Hasil analisis Regresi Linier menunjukkan bahwa variabel Kepercayaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Pelanggan Situs Web Belanja *Online* Zalora (nilai probabilitas t_{hitung} (0,004) < *Level of Significant* (0,05)). Hal ini dapat diartikan, jika Kepercayaan meningkat, maka Minat Beli Pelanggan Situs Web Belanja *Online* Zalora mengalami peningkatan.
3. Hasil analisis Regresi Linier menunjukkan bahwa variabel Kepuasan Pelanggan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Pelanggan Situs Web Belanja *Online* Zalora (nilai probabilitas t_{hitung} (0,007) < *Level of Significant* (0,05)). Hal ini dapat diartikan, jika Kepuasan Pelanggan meningkat, maka Minat Beli Pelanggan Situs Web Belanja *Online* Zalora mengalami peningkatan.
4. Hasil analisis Regresi Linier menunjukkan bahwa variabel Kualitas Web mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Situs

Web Belanja *Online* Zalora (nilai probabilitas t_{hitung} (0,015) < *Level of Significant* (0,05)). Hal ini dapat diartikan, jika Kualitas Web meningkat, maka Kepuasan Pelanggan Situs Web Belanja *Online* Zalora mengalami peningkatan.

5. Hasil analisis Regresi Linier menunjukkan bahwa variabel Kepercayaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Situs Web Belanja *Online* Zalora (nilai probabilitas t_{hitung} (0,001) < *Level of Significant* (0,05)). Hal ini dapat diartikan, jika Kepercayaan meningkat, maka Kepuasan Pelanggan Situs Web Belanja *Online* Zalora mengalami peningkatan.

5.2. Saran

Berkaitan dengan pengaruh positif Kualitas Web, Kepercayaan, dan Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Beli Pelanggan Situs Web Belanja *Online* Zalora, maka dapat diberikan saran untuk meningkatkan Kualitas Web, Kepercayaan, dan Kepuasan Pelanggan, dengan cara :

1. Kepuasan konsumen sudah baik, maka perlu disarankan kepada perusahaan untuk lebih mempertahankan dan meningkatkan kualitas perusahaan agar semakin banyak konsumen melakukan pembelian ulang. Meningkatkan kualitas web *online* serta memberikan lebih banyak fitur dan manfaat agar pembelian produk melalui *online* lebih dirasakan sehingga dapat memuaskan pelanggan.
2. Responden perlu lebih merasakan kepercayaan bahwa responden lebih yakin akan kebenaran membeli produk melalui *online*, responden sebagai pembeli agar perlu selalu mempertimbangkan resiko negatif dari lingkungan social, dan pembeli perlu selalu mempertimbangkan resiko dalam hal kesesuaian produk yang dipesan di *online*, sehingga dapat menambah kepercayaan konsumen.

3. Saran bagi peneliti selanjutnya yang tertarik melakukan penelitian serupa disarankan untuk menambah variabel penelitian, misalnya persepsi resiko yang berpengaruh terhadap minat beli, dan lain-lain yang dapat berpengaruh terhadap Minat Beli Pelanggan Situs Web Belanja *Online* Zalora.

