

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan seperti yang diuraikan pada bab sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil analisis deskriptif pada setiap variabel yang diteliti adalah sebagai berikut: penilaian yang diberikan pengguna *e-commerce* di Yogyakarta pada variabel kualitas informasi adalah rata-rata setuju dengan nilai (3,60), pada variabel kualitas sistem adalah rata-rata setuju dengan nilai (3,57), pada variabel kualitas pelayanan adalah rata-rata setuju dengan nilai (3,55), pada variabel persepsi nilai adalah rata-rata setuju dengan nilai (3,66), pada variabel kepuasan adalah rata-rata setuju dengan nilai (3,45) dan pada variabel niat menggunakan kembali adalah rata-rata setuju dengan nilai (3,67).
2. Ada pengaruh signifikan variabel kualitas informasi terhadap persepsi nilai, Terdapat pengaruh signifikan variabel kualitas informasi terhadap persepsi nilai, Terdapat pengaruh signifikan variabel kualitas sistem terhadap persepsi nilai, Terdapat pengaruh signifikan variabel kualitas informasi terhadap kepuasan pengguna, Terdapat pengaruh signifikan variabel kualitas sistem terhadap kepuasan pengguna, Terdapat pengaruh signifikan variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna, Tidak terdapat pengaruh signifikan variabel persepsi nilai terhadap kepuasan konsumen. Terdapat pengaruh signifikan variabel persepsi nilai terhadap niat menggunakan kembali, dan Terdapat pengaruh signifikan variabel kepuasan terhadap niat menggunakan kembali
3. Pada variabel kualitas sistem memiliki pengaruh total yang paling besar terhadap niat menggunakan kembali dengan nilai 0,312 dan variabel persepsi nilai

memiliki pengaruh paling besar terhadap niat menggunakan kembali dengan nilai 0,591.

## 5.2 Saran

Berdasar kesimpulan di atas, selanjutnya dapat diusulkan saran yang diharapkan akan bermanfaat bagi pengelola *e-commerce* berkaitan yaitu sebagai berikut:

1. Pada penelitian ini pengaruh total yang paling besar terhadap niat menggunakan kembali *e-commerce* adalah kualitas sistem, diharapkan peran manajer dalam mengelola sistem *e-commerce* memperhatikan mutu kualitas sistem yang dihasilkan. Semakin baik kualitas sistem pada *e-commerce* maka semakin baik juga persepsi nilai dan kepuasan pengguna *e-commerce* sehingga dapat mempengaruhi niat menggunakan lagi *e-commerce* di masa yang akan datang. Implikasinya manajer meningkatkan indikator “Deskripsi informasi mengenai suatu produk/jasa berasal dari berbagai sumber” ketika dalam mengelola sistem *e-commerce* diharapkan informasi yang mendeskripsikan mengenai suatu barang/jasa yang ditawarkan agar dituliskan atau dibuat secara maksimal dari berbagai sumber terpercaya agar para pengguna bisa dapat mengetahui informasi apa yang mereka cari. Dengan minimnya pendeskripsian suatu barang/jasa dan kurangnya informasi dari berbagai sumber pada website *e-commerce* membuat website tersebut tidaklah menarik.
2. Berdasarkan analisis deskriptif pengguna memberikan penilaian tertinggi pada variabel niat menggunakan kembali. Manajer harus meningkatkan pada indikator yang memiliki nilai rendah yaitu “Akan menggunakan kembali sistem *e-commerce* di masa yang akan datang” perlu adanya peningkatan pada indikator ini karena dengan sistem yang berkualitas rendah dan pelayanan yang kurang cukup memuaskan membuat para penggunanya akan beralih atau

menggunakan kembali tetapi tidak berulang hanya sesekali. Kedepannya perlu adanya perbaikan mutu pada sistem *e-commerce* agar penggunaannya merasa sistem *e-commerce* sebagai kebutuhan bukanlah sebuah alternatif.

3. Penilaian pengguna terhadap bisnis melalui *e-commerce* masih belum begitu bagus di Indonesia. Pada penelitian ini persepsi nilai masih belum berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan oleh karena itu perlu adanya perhatian penting para pelaku bisnis *e-commerce* dalam menyikapi hal tersebut. Penilaian yang kurang terhadap *e-commerce* mungkin terjadi karena membeli secara langsung lebih baik daripada membeli secara online, mungkin banyak konsumen yang kecewa ketika mereka membeli barang secara online melalui *e-commerce* barang yang mereka terima tidak sesuai harapan. Diharapkan dalam mendeskripsikan barang harus sesuai dengan keadaan barang tersebut agar konsumen tidak kecewa ketika mendapatkan barang tersebut. Waktu pengiriman barang serta harga juga mungkin menjadi salah satu faktor penting yang harus diperhatikan oleh para pelaku bisnis yang menggunakan sistem *e-commerce* dalam menjalankan bisnisnya harus lebih ditingkatkan agar lebih baik. Para pengelola bisnis *e-commerce* dalam menjual produknya sebaiknya memberikan deskripsi tentang berapa lama waktu pengiriman agar konsumen tidak merasa menunggu lama dalam mendapatkan barangnya. Harga yang diberikan juga haruslah sesuai dengan harga pasaran barang tersebut agar konsumen tidak merasa bahwa membeli barang melalui online jauh lebih mahal daripada membeli barang langsung ke toko. Promosi-promosi juga penting dalam menarik konsumen sebaiknya promosi melalui iklan gencar dilakukan dengan menggunakan media social karena agar konsumen mengetahui dengan jelas promo yang sedang berlangsung.