

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Kuster, Vila dan Canales (2016), namun objek yang digunakan berbeda. Apabila sebelumnya Kuster, Vila dan Canales menggunakan Spanyol dan sektor tekstil pakaian sebagai objek penelitian, maka kali ini peneliti menggunakan *e-commerce* secara umum dan dilakukan di Indonesia. Selain itu, jumlah sampelnya pun tidak sebanyak penelitian sebelumnya. Penelitian ini diterapkan pada pengguna *e-commerce* yang mayoritas mahasiswa Yogyakarta dengan jumlah sampel 100 responden.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis layanan sebelum pembelian, dan layanan terkait transaksi sebagai tingkat layanan *online* terhadap niat pembelian. Dalam hal ini, pengalaman navigasi dan perilaku kepada sebuah web sebagai variabel *intervening*. Untuk menganalisis hubungan antar variabel tersebut, penelitian ini menggunakan *Partial Least Square* (PLS).

Berdasarkan analisis dan pembahasan pada bagian sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Layanan terkait Transaksi (TRS) berpengaruh terhadap Pengalaman Navigasi (NE)
2. Layanan sebelum Pembelian (PPS) berpengaruh Pengalaman Navigasi (NE)
3. Layanan terkait Transaksi (TRS) tidak berpengaruh terhadap Perilaku kepada sebuah Website (AW)

4. Layanan sebelum Pembelian (PPS) berpengaruh terhadap Perilaku kepada sebuah Website (AW)
5. Pengalaman Navigasi (NE) berpengaruh terhadap Perilaku kepada sebuah Website (AW)
6. Perilaku kepada sebuah Website (AW) berpengaruh terhadap Niat Pembelian (PI)

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini tidak terlepas dari keterbatasan, diantaranya adalah kuesioner ini hanya diisi oleh sebagian kecil masyarakat Indonesia khususnya Yogyakarta, di penelitian ini mayoritas responden adalah mahasiswa yang berdomisili Yogyakarta. Lalu kuesioner disebar dengan cara *online* yang membuat kurang adanya interaksi kepada narasumber dan sebaliknya kepada penulis. Cakupan penelitian yang sangat luas menyebabkan hasil penelitian kurang detail dan mendalam.

Saran yang peneliti berikan khususnya bisnis *e-commerce* agar dapat mempertimbangkan bahkan untuk menggunakan tingkat layanan *online* sebelum pembelian diperhatikan secara jelas. Sehingga apa yang ditawarkan kepada konsumen dapat menikmati layanan secara menyeluruh yang akan mengakibatkan pembelian produk pada *e-commerce* yang telah dipilihnya. Kemudian saran untuk penelitian berikutnya disarankan untuk lebih banyak menambah jumlah sampel sehingga mampu menginterpretasikan seluruh masyarakat yang *menggunakan e-commerce* untuk memenuhi kebutuhannya, dan mengkhususkan kepada perusahaan tertentu agar penelitian dapat lebih detail dan mendalam.