

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung *perceived privacy and security policies*, *perceived warranty and guarantee*, dan *perceived service quality* pada *trust* melalui *satisfaction*. Simpulan hasil penelitian ini sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh kepuasan *website* pada kepercayaan *website*
2. Terdapat pengaruh *privacy and security policies* pada kepercayaan *website*
3. Tidak terdapat pengaruh *perceived warranty and guarantee* pada kepercayaan *website*
4. Terdapat pengaruh *service quality* pada kepercayaan *website*
5. Terdapat pengaruh *privacy and security policies* pada kepuasan *website*
6. Terdapat pengaruh *perceived warranty and guarantee* pada kepuasan *website*
7. Terdapat pengaruh *service quality* pada kepuasan *website*
8. Tidak terdapat pengaruh *privacy and security policies* pada kepercayaan *website* yang dimediasi oleh kepuasan
9. Terdapat pengaruh *perceived warranty and guarantee* pada kepercayaan *website* yang dimediasi oleh kepuasan
10. Tidak terdapat pengaruh *service quality* pada kepercayaan *website* yang dimediasi oleh kepuasan.

11. Tidak terdapat pengaruh kepuasan pada kepercayaan *website* yang dimoderasi oleh *gender*
12. Tidak terdapat pengaruh *privacy and security policies* pada kepercayaan *website* yang dimoderasi oleh *gender*
13. Tidak terdapat pengaruh *perceived warranty and guarantee* pada kepercayaan *website* yang dimoderasi oleh *gender*
14. Tidak terdapat pengaruh *service quality* pada kepercayaan *website* yang dimoderasi oleh *gender*
15. Tidak terdapat pengaruh *privacy and security policies* pada kepuasan *website* yang dimoderasi oleh *gender*
16. Tidak terdapat pengaruh *perceived warranty and guarantee* pada kepuasan *website* yang dimoderasi oleh *gender*
17. Tidak terdapat pengaruh *service quality* pada kepuasan *website* yang dimoderasi oleh *gender*

5.2. Implikasi Manajerial

Penelitian ini dapat memberikan kontribusi kepada pembisnis *online shop* untuk dapat mengelola *website* yang menjadi sarana pemasaran dan transaksi sehingga pembisnis dapat mengetahui dan menyesuaikan karakteristik *website* yang dimiliki seperti *perceived privacy and security policies*, *perceived warranty and guarantee*, dan *perceived service quality* untuk membangun kepercayaan sesuai dengan *gender* konsumen. Mengembangkan *trust* adalah salah satu syarat membangun hubungan jangka panjang yang baik dengan konsumen (Kotler & Keller, 2008:219). Dengan terciptanya

hubungan yang baik antara penjual dan konsumen dalam jangka waktu yang panjang maka akan memberikan keuntungan dan profit kepada *vendor*.

5.3. Keterbatasan Penelitian

1. Objek penelitian ini berfokus pada konsumen sepatu secara *online* dimana sepatu tidak terbukti dapat mewakili *gender* konsumen sebagai variabel moderasi.
2. Penelitian ini memiliki kelemahan dalam pengumpulan data dimana selain menyebarkan kuesioner langsung pada responden, peneliti menyebarkan kuesioner secara *online* melalui media sosial. Peneliti menemukan beberapa jawaban responden yang menjawab dengan asal sehingga terdapat kemungkinan ada responden yang mengisi padahal kenyataannya belum pernah membeli sepatu secara *online*.
3. Penelitian ini memiliki kelemahan dalam pembahasan karena terbatasnya jurnal atau artikel yang membahas karakteristik *website* pada kepercayaan dan *gender* yang memoderasi.

5.4. Saran

Saran dalam penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu:

1. Saran bagi praktisi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti dapat memberikan saran-saran praktis bagi pembisnis atau penjual *online shop* berkaitan dengan *perceived privacy and security policies*, *perceived*

warranty and guarantee, perceived service quality, trust dan *satisfaction* antara lain:

- Untuk meningkatkan *perceived privacy and security policies*
Meningkatkan *perceived privacy and security policies* dapat dilakukan dengan melakukan pengendalian sistem pengelolaan informasi dengan dua cara yaitu pertama, merekrut karyawan yang memiliki ahli di bidang IT dan kedua, menggunakan jasa pengelolaan informasi melalui biro yang bergerak dibidang IT namun kemungkinan adanya kebocoran informasi apabila bironya tidak profesional, melakukan verifikasi keamanan dari badan atau lembaga tertentu sebagai wujud tanda atau bukti bahwa *website* tersebut sudah terjamin kerahasiaan dan pengendalian informasinya seperti PDI DSS dan Norton Secured.
- Untuk meningkatkan *perceived warranty and guarantee*
Vendor mempunyai ketentuan yang jelas dalam memberikan jaminan dan konsisten dalam memberikan layanan pengembalian barang ataupun proses pergantian barang sehingga *vendor* tidak merasa rugi dan konsumen tetap puas.
- Untuk meningkatkan *perceived service quality*
Website menampilkan navigasi yang jelas dan mudah diakses oleh konsumen untuk memudahkan konsumen mendapatkan informasi mengenai produk dan layanan transaksi, serta penyediaan aplikasi khusus yang dapat di download pada aplikasi yang terdapat di *smartphone* atau tablet seperti App Store, Play Store dan Window

Store untuk memudahkan konsumen mengakses *website online shop*.

- Untuk meningkatkan *trust* pada *website*

Vendor sebaiknya dapat konsisten menepati dan menjaga janjinya, mampu memberikan informasi yang tulus dan jujur dengan apa adanya dan tidak memberikan pernyataan palsu. Selain itu, konsumen harus membuat konsumen merasa puas sehingga terbentuknya pengalaman yang baik dalam benak konsumen sehingga konsumen dapat percaya bahwa *online shop* tersebut dapat memuaskan konsumen.

- Untuk meningkatkan *satisfaction* pada *website*

Website harus memenuhi harapan konsumen dalam pembelian baik dari segi produk yang ditawarkan dan layanan yang diberikan, selain itu, *vendor* dapat membuat suatu navigasi khusus untuk melayani keluhan dan saran dari konsumen sehingga aspirasi konsumen dapat diketahui dan *vendor* pun dapat mengetahui dan memperbaikinya untuk mengurangi ketidakpuasan konsumen.

2. Saran bagi akademisi

- Sebaiknya penelitian selanjutnya dalam menentukan objek penelitian harus banyak pertimbangan. Melihat fakta yang menyatakan bahwa objek penelitian tersebut dapat mewakili belanja *online* wanita dan pria.

- Dalam menyebarkan kuesioner sebaiknya menyebarkan melalui komunitas atau *online shop* yang memang menjual sesuai dengan objek yang ingin diteliti sehingga sudah jelas target yang dijadikan responden sesuai dengan kriteria.
- Sebaiknya penelitian selanjutnya untuk meneliti variabel moderator dapat menguji karakteristik individu lainnya seperti pendapatan dan usia konsumen sehingga dapat mengetahui lebih luar pengaruh dari karakteristik *website* pada kepercayaan. Selain itu sebaiknya terus mencari jurnal dan artikel yang membahas sesuai dengan topik sehingga pembahasan penelitiannya lebih dalam.