

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut:

1. Persepsi konsumen mengenai kinerja layanan jasa ritel di internet masih kurang, yang ditunjukkan dengan nilai 64%, angka ini juga berarti bahwa layanan yang diberikan pada konsumen mengenai kinerja layanan jasa ritel di internet masih kurang. Khususnya pada masalah kebijakan pengembalian produk, kinerja layanan jasa ritel di internet bisa dianggap kurang bersaing dibandingkan dengan pasar tradisional.
2. Persepsi konsumen mengenai akses layanan jasa ritel di internet cukup baik yang mencapai nilai 78%, yang artinya 78% akses yang diberikan layanan jasa ritel di internet sudah sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen, namun masih ada kekurangan, khususnya pada masalah fasilitas bahasa dan mata uang asing.
3. Persepsi konsumen mengenai keamanan berbelanja di internet mencapai angka 69% dari kapasitas maksimalnya, hal ini menunjukkan bahwa persepsi konsumen mengenai keamanan berbelanja di internet masih diragukan sebesar 31%. Keamanan di internet memiliki nilai yang kurang baik dibandingkan nilai akses, salah satu penyebabnya adalah kejahatan atau penipuan yang terjadi di internet.

4. Persepsi konsumen mengenai sensasi berbelanja di internet memperoleh angka sebesar 67%, yang artinya konsumen hanya merasakan rangsangan sensasi sebesar 67% saat berbelanja di internet. Sensasi berbelanja di internet mendapat nilai yang rendah, mungkin karena masalah interaksi antara penjual dan pembeli, kualitas visualisasi produk, dan perasaan menjadi suatu bagian dari komunitas.
5. Persepsi konsumen mengenai informasi layanan jasa ritel di internet memperoleh angka sebesar 75%. Persepsi konsumen atas informasi pada layanan jasa ritel sudah terpenuhi sebesar 75%.

Saran

1. Kinerja layanan jasa ritel di internet masih perlu ditingkatkan, karena pada hasil angket yang diberikan pada responden, masih ada kekurangan pada kinerja layanan jasa ritel di internet ini. Peningkatan kinerja ini bisa dimulai dari beberapa aspek, diantaranya, formulir pemesanan yang mudah dipahami, konfirmasi pesanan yang cepat, *loading times* yang cepat, pengiriman yang cepat, proses yang bebas kesalahan, dan kebijakan retur yang baik
2. Akses layanan jasa ritel di internet perlu ditingkatkan, karena akses merupakan faktor penting dalam pemilihan alternatif belanja bagi konsumen, peningkatan ini bisa dimulai dari bahasa pendukung yang memberikan layanan untuk bahasa asing yang

memungkinkan pelanggan mancanegara mengerti akan suatu produk barang atau jasa yang ditawarkan. Layanan akses ini juga sebaiknya menyediakan layanan mata uang asing yang memungkinkan pelanggan asing ini melakukan transaksi dengan cara yang mudah.

3. Keamanan pada layanan jasa ritel di internet harus diperhatikan sekaligus ditingkatkan, diantaranya dengan cara meminta izin konsumen saat akan membuka rekening pribadi, sistem data surat menyurat yang menjami privatisasi konsumen, dan aktivitas *online* yang aman, hal ini diharapkan akan meningkatkan perasaan aman konsumen saat berbelanja di internet.
4. Sensasi yang diberikan layanan jasa ritel di internet merupakan salah satu faktor penting, karena mendukung suatu produk yang akan dijual, hal ini dapat ditingkatkan dari beberapa faktor, diantaranya: adanya layanan interaksi pelanggan dengan penjual, gambar produk yang menarik, dan testimonial. Dengan adanya faktor-faktor tersebut, maka diharapkan konsumen akan merasakan sensasi saat berinteraksi dengan suatu layanan jasa ritel di internet.
5. Informasi layanan jasa ritel di internet adalah salah satu faktor yang akan membantu konsumen menentukan pilihan keperluan yang diinginkan konsumen. Informasi pada layanan jasa ritel di internet diharapkan dapat berkembang agar layanan jasa ritel di internet dapat menjadi salah satu pilihan berbelanja yang bersaing

dengan pasar tradisional. Informasi dapat ditingkatkan dengan melihat beberapa aspek, yaitu ketersediaan produk, informasi produk yang terpercaya, reputasi yang baik, dan informasi yang akurat.

6. Perkembangan layanan jasa ritel di internet secara umum bisa dikembangkan, agar layanan ini bisa menjadi salah satu alternatif berbelanja yang menawarkan efisiensi dan efektivitas yang berharga di mata konsumen. Diantaranya dengan cara pembangunan di dalam sistem layanan jasa ritel yang disusun sesuai dengan kebutuhan konsumen.