

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *E-Store Design Quality* pada *Curent Visit*, menguji pengaruh *E-Store Design Quality* pada *Future Visit*, menguji pengaruh *E-Store Design Quality* pada *Consumer Purchases*. Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian-penelitian serupa sebelumnya yang sudah dilakukan. Peneliti yang pernah melakukan penelitian serupa adalah Ting-Peng Liang & Hung-Jen Lai (2002). Dari analisis yang telah dilakukan, diperoleh hasil sebagai berikut :

1. Pada hipotesis pertama bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh *e-store design quality* terhadap minat konsumen untuk mengunjungi toko *online* tersebut. Hasil uji hipotesis *manova* menemukan bahwa variabel *E-Store Design Quality* tidak mempunyai pengaruh yang signifikan pada *Current Visit*.
2. Pada hipotesis kedua bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh *e-store design quality* terhadap minat konsumen untuk mengunjungi toko *online* tersebut di masa yang akan datang. Hasil uji hipotesis *manova* menemukan bahwa variabel *E-Store Design Quality* mempunyai pengaruh yang signifikan pada *Future Visit*.

3. Pada hipotesis ketiga bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh *e-store design quality* terhadap minat konsumen untuk membeli barang di toko *online* tersebut. Hasil uji hipotesis *manova* menemukan bahwa variabel *E-Store Design Quality* mempunyai pengaruh yang signifikan pada *Consumer Purchases*.

5.2. Implikasi Manajerial

Dari hasil penelitian, peneliti memberikan beberapa implikasi manajerial yaitu:

1. Bagi para pelaku usaha yang berniat untuk membuka usaha toko *online*, sebaiknya lebih memperhatikan indikator-indikator yang terdapat pada *E-Store Design Quality*, karena dengan adanya indikator-indikator tersebut pada sebuah toko *online* akan lebih menarik konsumen untuk mengunjungi toko *online* tersebut di masa yang akan datang dan meningkatkan minat pembelian konsumen untuk melakukan transaksi di toko *online* tersebut.
2. Menjadi masukan bagi para pelaku usaha yang memiliki toko *online* dan belum berkembang dikarenakan sepi pengunjung, supaya melengkapi indikator-indikator *E-Store Design Quality* yang belum dimiliki. Dengan melengkapi indikator-indikator tersebut dapat meningkatkan daya Tarik konsumen untuk mengunjungi toko *online* tersebut di masa yang akan datang juga menarik minat beli konsumen untuk melakukan transaksi di toko *online* tersebut.
3. Menjadi informasi dan referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti pengaruh *e-store design quality* pada pilihan konsumen.

5.3. Keterbatasan Penelitian

1. Penelitian ini tidak menggunakan eksperimen yang sesungguhnya, sehingga partisipan tidak dapat mengisi semua pertanyaan pada kuesioner dengan tepat.
2. Jumlah partisipan pada penelitian ini hanya 45 partisipan sehingga dirasa belum cukup untuk menyempurnakan eksperimen pada penelitian ini.
3. Pengumpulan data pada penelitian ini kurang efektif karena ada beberapa responden yang mengisi kuesioner secara asal dan pada akhirnya data tersebut tidak dapat digunakan.

5.4. Saran

1. Peneliti selanjutnya sebaiknya melakukan eksperimen yang sesungguhnya, yaitu dengan memberikan sejumlah uang kepada partisipan untuk membeli barang pada toko *online* yang diteliti, sehingga data yang didapat lebih akurat.
2. Pengumpulan data sebaiknya ada kontak langsung antara peneliti dan partisipan sehingga partisipan dapat mengisi kuesioner lebih efektif dan akurat.
3. Peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian pada toko *online* yang lebih terkenal dan lebih baik dari pada toko *online* yang diteliti pada penelitian ini.