

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Dari semua hasil analisis dari penelitian ini mendapatkan hasil maka ini adalah kesimpulan yang bisa diambil:

1. Kualitas web berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. dapat dikatakan berpengaruh signifikan karena semakin bagus kualitas web dalam menyusun letak tampilan secara nikmat untuk dilihat, simpel, dan menyediakan informasi terbaru tiap harinya itu akan membuat konsumen senang dan merasa dimanjakan pada saat mengakses web tokopedia .
2. Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dapat dikatakan berpengaruh signifikan karena semakin jelas besar nilai yang dipertukarkan konsumen terhadap manfaat yang diterima atas kepemilikan dan penggunaan produk/jasa akan membuat konsumen semakin baik juga sikap yang diputuskan untuk mengakses tokopedia.
3. kualitas web di tokopedia berpengaruh signifikan terhadap minat beli di tokopedia dapat dikatakan berpengaruh signifikan karena pandangan konsumen semakin bagus kualitas web yang diberikan bisa membuat konsumen meningkatkan minat beli di tokopedia
4. harga di tokopedia berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dapat dikatakan berpengaruh signifikan karena jika semakin jelas besaran

nilai yang di berikan maka konsumen akan semakin baik menerima informasi yang didapatkan.

5. kepuasan konsumen di tokopedia berpengaruh signifikan terhadap minat beli di tokopedia dapat dikatakan berpengaruh signifikan karena semakin jelas sikap, penilaian dan respon emosional yang ditunjukkan oleh konsumen., maka semakin baik untuk menentukan apakah konsumen tersebut akan melakukan keputusan pembelian

5.2. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan dari penelitian ini dapat di uraikan seperti berikut:

1. Harus memberikan sedikit deskripsi untuk melakukan pembagian kuisisioner ke setiap responden.
2. Penelitian ini memiliki keterbatasan responden harus pernah berbelanja di tokopedia 1 kali dalam 1 bulan terakhir
3. Kegiatan diluar pengerjaan penelitian sangat menguras banyak waktu untuk mengerjakan penelitian ini

5.3. Saran

Berdasarkan semua hasil analisis dari penelitian ini maka peneliti akan memberikan masukan dan saran untuk nantinya kepada pihak yang terkait dan sebagai pertimbangan dalam penelitian selanjutnya:

1. Untuk *marketplace* Tokopedia

Dalam menarik perhatian konsumen untuk mengakses web Tokopedia bisa dengan cara mempermudah atau membuat tampilan web

lebih enak di lihat untuk konsumen, pelayanan kepada konsumen lebih ditingkatkan lagi dan selalu memperbarui informasi setiap hari sehingga membuat konsumen merasa dimanjakan pada saat mengakses web tokopedia tersebut. Apabila kualitas web meningkat maka akan meningkatkan kepuasan konsumen untuk meningkatkan minat beli di Tokopedia.

2. Untuk peneliti selanjutnya

Untuk penelitian ini masih jauh dari kata sempurna sehingga saya sarankan bagi penelitian selanjutnya supaya bisa memperluas pengetahuan dan meneliti kembali dengan menambahkan variabel yang berhubungan dengan kualitas web, kepuasan konsumen, harga, dan minat beli yang dapat meningkatkan *marketplace Tokopedia* dan melakukan penelitian kepada *marketplace* lain supaya bisa memaksimalkan hasil dan memberikan manfaat yang lebih bagi keseluruhan.

Daftar Rujukan

- Anwar, R., & Adidarma, W. (2016). Pengaruh Kepercayaan dan Resiko pada Minat Beli Belanja Online. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*, 4(2), 156-168.
- Athapaththu, J. C., & Kulathunga, K. S. (2018). Factors Affecting Online Purchase Intention: Effects of Technology and Social Commerce.
- Boudhayan Ganguly, S. B. (2010). The effects of website design on purchase intention in online shopping: the mediating role of trust and the moderating role of culture. *Electronic Business*, 307.
- Chen, S. C., & Dhillon, G. S. (2003). Interpreting dimensions of consumer trust in e-commerce. *Information technology and management*, 4(2), 303-318.
- databoks*. (2018). Retrieved mei 19, 2022, from katadata: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/12/23/inilah-6-e-commerce-yang-paling-banyak-dikunjungi-di-indonesia>
- Jayani, D. H. (2020). *databoks*. Retrieved mei 19, 2020, from katadata: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/11/jumlah-pengunjung-tokopedia-kalahkan-shopee-pada-kuartal-i-2021>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*.
- Lidwina, A. (2021). *databoks*. Retrieved 5 19, 2022, from katadata: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/04/penggunaan-e-commerce-indonesia-tertinggi-di-dunia>
- Loureiro, S., & Roschk, H. (2014). Differential Effects of Atmospheric Cues on Emotions and Loyalty Intention with Respect to Age under Online/Offline Environment. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 21(2), 211-219.
- Lubis, D. D., & Hidayat, R. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. *Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(1).
- Manus, F. W., & Lumanauw, B. (2015). Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Layanan, Pengaruhnya terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Tri di Kelurahan Wawalintouan Tondano Barat. *urnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(2), 697.
- Pahlevi, R. (2022). *databoks*. Retrieved Mei 5, 2022, from katadata: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/19/waktu-orang-indonesia-mengakses-aplikasi-belanja-online-meningkat-drastis-di-2021>

- 
- Prashar, S., Sai Vijay, T., & Parsad, C. (2017). Effects of Online Shopping Values and Website cues on Purchase Behaviour: A study using S–O–R Framework. *Vikalpa*, 42(1), 1-18.
- Putra, R. N. (2018). Peran Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pada Coffee Shop Mahasiswa Di Malang .
- Rosandiena, T. T., & Indrojarwo, B. T. (2018). Perancangan Website sebagai Media Penjualan Online IKM di Jawa Timur. *Jurnal Sains dan Seni ITS*, 7(1), 44-47.
- Wicaksono, B. L., Susanto, A., & Winarno, W. W. (2012). Evaluasi Kualitas Layanan Website Pusdiklat BPK RI Menggunakan Metode Webqual Modifikasian dan Importance Performance Analysis. *MEDIA*, 19(1).