

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan dari analisis yang telah dilakukan pada penelitian ini, maka dapat di peroleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Informasi Web memiliki pengaruh negatif terhadap Kepuasan atas Web. Dimana hal tersebut apabila Informasi Web yang dimiliki Lazada baik maka tidak akan mempengaruhi Kepuasan Atas Web yang dimiliki Lazada
2. Hiburan Web memiliki pengaruh positif terhadap Kepuasan Atas Web. Dimana hal tersebut apabila website Lazada menghibur bagi konsumen maka Kepuasan Atas Web akan meningkat
3. Efektifitas Isi Informasi memiliki pengaruh positif terhadap Kepuasan atas Web. Dimana hal tersebut apabila informasi pada web Lazada baik maka kepuasan konsumen terhadap web Lazada akan tinggi.
4. Navigasi memiliki pengaruh positif terhadap Kepuasan atas Web. Dimana hal tersebut apabila navigasi pada website Lazada semakin baik maka akan meningkatkan Kepuasan atas Web yang dirasakan oleh konsumen
5. Keamanan memiliki pengaruh positif terhadap Kepuasan atas Web. Dimana hal tersebut apabila Keamanan pada situs belanja online Lazada ditingkatkan maka akan meningkatkan Kepuasan atas Web yang dirasakan konsumen pada Lazada.

6. Kepuasan atas Web memiliki pengaruh positif terhadap Niat Pembelian. Dimana hal tersebut apabila Kepuasan atas Web tinggi maka Niat Pembelian pada konsumen akan naik.

## **1.2 Keterbatasan Penelitian**

Setelah melakukan penelitian, peneliti menyadari bahwa penelitian yang diteliti ini memiliki batasan sebagai berikut :

- 5.1 Kendala mendapatkan responden usia diatas 25 tahun. Hal ini dikarenakan banyak yang menolak terlebih dahulu ketika disodorkan kuisioner. Maka dari itu kebanyakan responden penelitian ini adalah usia 17 tahun sampai 25 tahun.
- 5.2 Terdapat kendala bersifat situasional pengisian kuisioner yang diisi oleh responden yang mempengaruhi jawaban responden, seperti jawaban yang kurang teliti, dan tidak sesuai dengan apa yang harus responden jawab.

## **5.3 Saran**

berdasarkan kesimpulan diatas , maka ditemukan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan maupun pihak-pihak lain. adapun saran yang di berikan oleh peneliti saat ini sebagai berikut :

1. Terhadap Lazada

Lazada bisa meningkatkan atau mempercantik website agar konsumen merasa terhibur, karena dalam hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa pengaruh Hiburan Web terhadap Kepuasan atas Web memiliki pengaruh yang sangat tinggi yaitu sebesar 0,355. Peningkatan Hiburan Web dapat dilakukan dengan cara mempercantik desain, pemilihan

warna, atau logo-logo yang digunakan dalam website itu sendiri sesuai dengan trend yang sedang populer. Kemudian Lazada bisa mempublikasikan lewat iklan perubahan-perubahan yang dilakukan pada peningkatan desain, pemilihan warna, atau logo-logo yang digunakan dalam website agar konsumen tahu bahwa website Lazada lebih menghibur.

2. Kepada peneliti selanjutnya

Untuk menambahkan item pernyataan pada variabel yang memiliki nilai *Cronbach`s Alpha* <0,6. Khususnya pada variabel Keamanan. Dengan demikian diharapkan agar nilai *Cronbach`s Alpha* bisa >0,6. Peneliti diharapkan lebih teliti ketika memahami responden untuk mengisi kuesioner karena untuk menghindari ketidakfahaman responden terhadap pertanyaan di kuisoner yang nantinya akan mempengaruhi hasil analisis data. Peneliti selanjutnya disarankan untuk menggunakan variabel lain seperti Nilai Belanja Hedonik, Nilai Belanja Utilitarian, Visual Representasi, Interaktivitas, Kualitas Informasi

## DAFTAR RUJUKAN

- Abrar, K., Zaman, S., & Satti, Z. W. 2017. Impact of Online Store Atmosphere, Customized Information and Customer Satisfaction on Online Repurchase Intention. *Global Management Journal for Academic & Corporate Studies*. 7(2). 22-34.
- Anas H., Muhammad S & Asmai I. 2016. Determinants of Satisfaction, Trust, and Loyalty of Indonesian E-Commerce Customer. *International Journal of Economics and Management*. 10. 151-166.
- Daliri, E., Daliri, S., & Ismail, W. K. W. 2014. Online Social Shopping: The Impact Of Attitude, Customer Information Quality, Effectiveness Of Information Content And Perceived Social Presence. *International Journal of Business Environment*. 6(4). 426-450
- eMarketer. 2015, December 16. [www.emarketer.com](http://www.emarketer.com). Retrieved April 10, 2018, from eMarketer: [www.emarketer.com](http://www.emarketer.com)
- Imam Ghozali. 2014. *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least square (PLS) Dilengkapi dengan Software SmartPLS 3.0 Xlstat 2014 dan WarpPLS 4.0*. Semarang: Badan penerbit Universitas Diponegoro
- Imam Ghozali dan Hengky Latan. 2014. *Partial Least Square Konsep, Metode dan Aplikasi Menggunakan Program WarpPLS 4.0*. Semarang: Universitas Diponegoro Semarang.
- iprice.co.id. 2017, December 21. [iprice.co.id](http://iprice.co.id). Retrieved April 10, 2018, from iprice: [iprice.co.id](http://iprice.co.id)
- Julinsyah Noor. 2011. *Metodologi Penelitian*. Jakarta : Kencana Pranadamedia Grup
- Kakkos, N., Trivellas, P., & Sdrolias, L. 2015. Identifying drivers of purchase intention for private label brands. Preliminary evidence from Greek consumers. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*. 175. 522-528.
- Krishnan, S., Sentosa, I., Nurain, S., Amalia, N., Syamim, S., & Hafizah, W. N. 2017. *E-commerce Issues on Customer's Awareness in Malaysia*. *International Journal of Finance and Accounting*. 6(1), 8-12.
- Pilík, M. 2012. Factors influencing on-line buying behaviour in the Czech Republic. *Emi journal*. 31-44
- 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.

- Rubab, N., Shoukat, S., Shaheen, M., & Sandhu, K. Y. 2018. The Impact of Website Designing Factors on Online Purchase Intention: Evidence from Fashion Brands. *IUP Journal of Marketing Management*. 17(1). 53-72.
- Sofyian Suregar. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & Spss*. Jakarta : Kencana prenamedia grup
- Tatik Suryani. 2013. *Perilaku Konsumen Di Era Internet*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Willy Abdilah dan Jogiyanto. 2015. *Partial Least Square (Pls) Alternatif Structural Equational Modeling (Sem) Dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta : ANDI
- Ziaullah, M., Feng, Y., Akhter, S. N., & Ahmad, S. 2015. Atmosphere of Online Retailing Quality Dimensions and Development of Young Generation Customers Loyalty-An Empirical Study of China. *International Journal of u-and e-Service, Science and Technology*. 8(5). 67-82.