



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data responden dengan menggunakan *software* Lisrel 8.8 untuk melihat hubungan antara *perceive ease of use*, *perceive usefulness*, *trust*, *perceive informativeness* terhadap *attitude toward online shopping* serta implikasinya terhadap *intention to e-shop* menunjukkan kriteria indikator yang valid dan reliabel, tetapi tidak semua dari kelima hipotesis penelitian yang diajukan sesuai dengan hasil temuan Celik & Yilmaz (2011) dan Bianco, Biasco, & Azorin (2010). Berikut adalah hasil temuan dari penelitian ini:

1. *Perceived Ease of Use* tidak memiliki pengaruh positif terhadap *Attitude toward Online Shop*. Hal ini terjadi karena mayoritas pengguna Rajamobil.com berusia sekitar 21-25 tahun dimana sudah melek akan teknologi dan sangat muda mengoprasikan sebuah sistem atau situs.
2. *Perceived Usefulness* memiliki pengaruh positif terhadap *Attitude toward Online Shop*. Hal ini terjadi dikarenakan pengguna Rajamobil.com dapat mengakses situs ini dimana saja, ditambah dengan fitur simulasi kredit dan informasi mengenai produk yang cukup lengkap sehingga mempermudah konsumen dalam menentukan keputusan pembelian dan mempermudah pembelian mobil secara online. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dengan semakin banyak fitur yang membantu proses pembelian mobil di

Rajamobil.com, pengguna Rajamobil.com semakin menganggap bahwa situs ini memiliki kegunaan dan memberikan manfaat kepada konsumennya.

3. *Trust* tidak memiliki pengaruh positif terhadap *Attitude toward Online Shop*. Hal ini terjadi karena mayoritas responden peneliti berusia sekitar 21-25 yang kebanyakan masih sebagai mahasiswa sehingga tidak memiliki finansial yang cukup untuk membeli sebuah mobil sendiri di Rajamobil.com. Kebanyakan dari mereka mengakses Rajamobil.com hanya untuk mencari informasi seputar otomotif di situs ini. Dan juga Rajamobil.com merupakan situs baru yang memerlukan sebuah “Nama” sehingga bisa dipastikan situs ini akan menjaga setiap transaksi dari konsumennya untuk mendapatkan loyalitas konsumen. Ditambah dengan peraturan pemerintah tentang ITE yang menjamin masyarakat mengenai transaksi online sehingga *trust* menjadi tidak terlalu penting.

4. *Perceived Informativeness* memiliki pengaruh positif terhadap *Attitude toward Online Shop*. Hal ini terjadi karena pengguna Rajamobil.com disuguhkan informasi atau berita baik pada setiap produk maupun berita otomotif lainnya. Informasi yang diberikan pun tidak hanya berbentuk teks atau bacaan, namun juga menyediakan foto dan video yang cukup *attractive* dan informasinya pun terbaharui sehingga konsumen senang mencari informasi mengenai otomotif di situs ini. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa semakin lengkap model informasi yang diberikan oleh Rajamobil, maka pengguna akan semakin menganggap bahwa situs ini memberikan informasi yang lengkap, kredibel, dan terbaharui untuk mereka.

5. *Attitude toward Online Shop* memiliki pengaruh positif terhadap *Intention to E-Shop*. Hal ini terjadi karena pengguna Rajamobil sudah dimanjakan dengan fitur-fitur dari Rajamobil, ditambah dengan informasi yang cukup lengkap dan terbaharui, lalu tampilan situs Rajamobil yang “*eye catching*” serta memiliki *mobile application* sehingga orang dapat mengakses Rajamobil dimana saja untuk sekedar mencari informasi maupun melakukan pembelian mobil.

## **5.2. Saran**

Berdasarkan hasil analisis dalam penelitian ini, penulis berharap penelitian ini dapat membawa kontribusi dengan dampak positif yang kiranya bermanfaat bagi perusahaan. Penulis juga berharap untuk dapat memberikan masukan dan juga manfaat kepada penelitian selanjutnya sehingga mampu mendapatkan hasil yang lebih baik dan akurat serta mendalam terkait objek penelitian ini.

### **5.2.1. Saran Untuk Perusahaan**

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh penulis dalam penelitian ini, maka penulis menyarankan kepada Rajamobil.com untuk melakukan beberapa hal guna meningkatkan pelayanan bagi konsumen sebagai berikut:

1. Penulis menyarankan agar Rajamobil.com menyediakan fitur *tracking* untuk memudahkan konsumen dalam melakukan pembelian mobil. Dengan fitur ini, konsumen dapat mengajukan kredit, melihat hasil pengajuan kredit diterima atau ditolak, sampai turunnya plat nomor kendaraan secara online sehingga konsumen tidak perlu bertanya kepada sales atau Rajamobil, namun dapat melihatnya secara *online*.

2. Penulis menyarankan agar Rajamobil.com menyediakan fitur rekomendasi atau *suggest* agar konsumen mendapatkan jenis mobil yang sesuai dengan *genre* mereka. Fitur *suggest* ini bekerja dengan menampilkan jenis mobil yang sesuai dengan *search history* dari pengguna di halaman utama Rajamobil.com sehingga ketika pengguna tersebut membuka kembali Rajamobil, maka akan langsung melihat jenis mobil yang pernah dicari dan akhirnya akan mempengaruhi pengguna tersebut untuk melakukan pembelian
3. Penulis menyarankan agar Rajamobil.com menyediakan fitur *360 degree Driving Experience* agar konsumen mendapatkan informasi yang lebih lengkap mengenai suatu produk. Fitur ini bekerja dimana fitur ini akan berbentuk sebuah video interior dan eksterior mobil dan pengguna yang membukanya dapat menggerakkan *view* mereka sehingga mereka dapat melihat produk mobil tersebut secara detail. Hal ini akan membuat orang seakan berada di dalam mobil dan melihat langsung fitur mobil yang sedang dilihat sehingga orang yang tidak sempat ke *showroom* maupun malas karena macet dapat tetap melihat interior dan eksterior mobil.

Penulis menyarankan agar Rajamobil.com menyediakan fitur diskusi layaknya kaskus agar konsumen dapat saling berinteraksi dan bertukar informasi sehingga nantinya informasi mengenai dunia otomotif semakin lengkap dan tentunya sesuai dengan fakta yang ada karena adanya informasi berdasarkan pengalaman langsung dari penggunanya. Namun sistem forum juga memiliki dampak negatif ketika ada seseorang yang menuliskan sesuatu

yang buruk, maka orang yang membaca tulisan tersebut akan berspekulasi buruk terhadap hal yang dituliskan dalam forum tersebut.

4. Penulis menyarankan agar Rajamobil.com memberikan *aftersales* berupa potongan tenor cicilan maupun cashback ketika pengguna membeli mobil di Rajamobil.com dapat mengajak orang lain untuk ikut membeli mobil di Rajamobil.com. Hal ini akan membuat *traffic* di Rajamobil.com semakin besar dan tentu berpengaruh terhadap penjualan mobil di Rajamobil.com
5. Penulis menyarankan agar Rajamobil.com merangkul komunitas mobil dengan membuat sebuah platform tempat berkumpul anggota dari komunitas tersebut untuk sekedar *sharing* maupun bercanda gurau secara *online*. Hal ini berguna karena para pecinta otomotif akan selalu mencari informasi terbaru mengenai dunia otomotif dan ketika situs Rajamobil yang sudah menyediakan informasi terbaru tersebut sekaligus menyediakan sarana bagi para pecinta otomotif untuk berkumpul, maka tidak menutup kemungkinan akan terjadi peningkatan dalam loyalitas dan pembelian mobil di situs Rajamobil.com

### **5.2.2. Saran Untuk Penelitian Selanjutnya**

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh penulis dari penelitian ini, maka penulis memberikan beberapa saran bagi penelitian selanjutnya sebagai berikut:

1. Dalam penelitian ini terdapat 2 variabel yang hasilnya tidak memiliki dampak positif terhadap *attitude toward online shop* yakni *perceived ease of use* dan *trust*. Kedua variabel tersebut memiliki hubungan ke *attitude toward online shop* namun tidak berdampak secara langsung atau melalui variabel lain

dikarenakan umur pengguna yang masih tergolong muda yang terbuka akan dengan teknologi dan belum memiliki finansial yang cukup sehingga kedua variabel tersebut tidak memiliki dampak positif terhadap *attitude toward online shopping*.

2. Dalam penelitian ini, terdapat keterbatasan dimana situs Rajamobil yang masih baru sehingga responden mayoritas hanya tahu mengenai situs tersebut tetapi belum melakukan transaksi atau pembelian mobil secara online ditambah mayoritas responden yang belum bekerja / mahasiswa sehingga responden masih belum memiliki finansial yang cukup untuk melakukan pembelian mobil sendiri. Hal ini berdampak dengan kurang tajamnya hasil penelitian sehingga penelitian selanjutnya dapat meneliti situs Rajamobil ketika sudah cukup besar dan demografi yang lebih ideal.

