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.

Perpustakaan Univeristas Multimedia Nusantara

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data melalui bantuan program LISREL versi 8.8 dengan metode *structural equation model* (*SEM*) yang menganalisis hubungan antara *information quality, system quality, service quality, confirmation, perceived usefulness, satisfaction* dan *continuance intention* adalah sebagai berikut:

1. *Information quality* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *confirmation* dengan hasil *t-values* sebesar 2.73, dimana nilai tersebut memenuhi syarat *critical value* sebesar 1.65. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna aplikasi Bukalapak menilai kualitas informasi yang disediakan dalam aplikasi Bukalapak cukup baik sesuai dengan harapan pengguna.
2. *System quality* tidak memiliki pengaruh positif terhadap *confirmation* karena nilai *t-values* hanya sebesar 0.56, dimana nilai tersebut tidak memenuhi syarat *critical value* sebesar 1.65. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna aplikasi Bukalapak menilai kualitas sistem yang disediakan dalam aplikasi Bukalapak dinilai tidak sesuai dengan harapan atau ekspektasi mereka saat mereka berbelanja melalui aplikasi Bukalapak.
3. *Service quality* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *confirmation* dengan hasil *t-values* sebesar 2.33, dimana nilai

4. tersebut memenuhi syarat *critical value* sebesar 1.65. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna aplikasi Bukalapak menilai kualitas layanan yang disediakan dalam aplikasi Bukalapak cukup baik sesuai dengan harapan pengguna.
5. *Information quality* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *perceived usefulness* dengan hasil *t-values* sebesar 2.29, dimana nilai tersebut memenuhi syarat *critical value* sebesar 1.65. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas informasi yang diberikan oleh aplikasi Bukalapak dirasakan oleh pengguna sebagai manfaat yang meningkatkan kinerja kerja mereka.
6. *System quality* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *perceived usefulness* dengan hasil *t-values* sebesar 1.98, dimana nilai tersebut memenuhi syarat *critical value* sebesar 1.65. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas sistem yang disediakan oleh aplikasi Bukalapak dirasakan oleh pengguna sebagai manfaat yang meningkatkan kinerja kerja mereka.
7. *Service quality* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *perceived usefulness* dengan hasil *t-values* sebesar 2.13, dimana nilai tersebut memenuhi syarat *critical value* sebesar 1.65. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang disediakan oleh aplikasi Bukalapak telah dirasakan oleh pengguna sebagai manfaat yang meningkatkan kinerja kerja mereka.
8. *Confirmation* tidak memiliki pengaruh positif terhadap *perceived usefulness* karena nilai *t-values* hanya sebesar 0.80, dimana nilai

tersebut tidak memenuhi syarat *critical value* sebesar 1.65. Hal ini menunjukkan bahwa konfirmasi dari pengguna aplikasi Bukalapak tidak mempengaruhi manfaat yang dirasakan oleh pengguna aplikasi Bukalapak.

9. *Confirmation* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *satisfaction* dengan hasil *t-values* sebesar 2.72, dimana nilai tersebut memenuhi syarat *critical value* sebesar 1.65. Ini menunjukkan bahwa konfirmasi konsumen dalam penggunaan aplikasi Bukalapak cukup bagus karena sesuai dengan harapan pengguna saat berbelanja melalui aplikasi Bukalapak dengan konfirmasi yang tinggi membuat konsumen merasa puas ketika menggunakan aplikasi Bukalapak.
10. *Perceived usefulness* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *satisfaction* dengan hasil *t-values* sebesar 1.71, dimana nilai tersebut memenuhi syarat *critical value* sebesar 1.65. Ini menunjukkan bahwa konsumen merasakan adanya manfaat yang dirasakan disaat menggunakan aplikasi Bukalapak untuk berbelanja karena membantu mereka dalam menyelesaikan pekerjaan dengan lebih cepat. Dengan dirasakannya manfaat tersebut dalam menyelesaikan setiap pekerjaan mereka membuat konsumen merasa puas saat menggunakan aplikasi Bukalapak untuk berbelanja.
11. *Perceived usefulness* tidak memiliki pengaruh positif terhadap *continuance intention* karena nilai *t-values* hanya sebesar 0.26,

dimana nilai tersebut tidak memenuhi syarat *critical value* sebesar 1.65. Hal ini menunjukkan bahwa manfaat yang dirasakan dari pengguna aplikasi Bukalapak tidak mempengaruhi niat berkelanjutan oleh pengguna aplikasi Bukalapak.

12. *Satisfaction* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *continuance intention* dengan hasil *t-values* sebesar 1.82, dimana nilai tersebut memenuhi syarat *critical value* sebesar 1.65. Ini menunjukkan bahwa konsumen merasa puas ketika menggunakan aplikasi Bukalapak untuk berbelanja dengan kepuasan tersebut akan berpengaruh kepada niat untuk melanjutkan dalam menggunakan aplikasi Bukalapak.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada beberpa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen Bukalapak dalam melakukan *continuance intention* pada aplikasi Bukalapak yaitu *information quality, system quality, service quality, confirmation, perceived usefulness,* dan *satisfaction.* Berikut adalah beberapa saran yang dapat penulis berikan kepada perusahaan agar dapat meningkatkan jumlah pengguna aplikasi Bukalapak:

1. Saran dan masukan dari peneliti untuk perusahaan Bukalapak terkait cara meningkatkan faktor *information quality* dapat dilakukan dengan beberapa langkah konkret.

a) Perusahaan harus menerapkan standar informasi untuk semua *seller* yang berjualan dalam aplikasi Bukalapak dimana standar informasi yang ditetapkan oleh aplikasi Bukalapak mengacu pada informasi yang akurat, kelengkapan informasi seperti barang yang di jual harus mencakup fungsi barang tersebut untuk apa, bisa digunakan untuk apa saja, spesifikasi barang yang di jual seperti apa. Dan informasi yang relevan (Kim et al., 2008).

b) Promo-promo yang dibuat bisa diperbanyak dan setiap bulan diperbarui bisa melalui postingan melalui sosial media yang dimiliki oleh perusahaan. Promo tersebut harus mudah dipahami oleh pengguna dimana pemilihan kalimat promo tersebut tidak membingungkan saat dibaca konsumen, dan promo yang dibuat harus lengkap isi informasinya dan informasi yang diberikan harus jelas.

c) Perusahaan juga bisa membuat sebuah pelatihan bagi *seller* dengan mengundang orang-orang yang telah sukses dalam berbisnis online. Dimana pelatihan tersebut menjelaskan mengenai bagaimana cara membuat informasi yang berkualitas. Pelatihan tersebut melalui video yang dibuat melalui YouTube perusahaan dengan judul kontent BukaTalks.

d) Perusahaan juga bisa melakukan kerjasama melalui dengan jasa layanan transportasi *online* uber, grab car, dan Go car. Dimana setiap pengguna yang berbelanja dalam aplikasi Bukalapak bisa

mendapatkan promo potongan harga menggunakan transportasi *online*.

2. Saran dan masukan dari peneliti untuk perusahaan Bukalapak terkait cara meningkatkan faktor *service quality* dapat dilakukan dengan beberapa langkah konkret.
    a) Perusahaan bisa membuat *survey* mengenai fungsi layanan apa saja yang menurut konsumen Bukalapak perlu ditingkatkan. Yang bertujuan untuk melihat apakah layanan yang disediakan dalam aplikasi Bukalapak perlu di kembangkan atau perlu di rubah. *Survey* yang dibuat bisa melalui aplikasi Bukalapak dimana *survey* tersebut bisa menanyakan mengenai tingkat kepuasan konsumen disaat mereka menggunakan aplikasi atau ketika mereka sudah melakukan transaksi.
    b) Perusahaan juga perlu menjalin banyak kerjasama terhadap perusahaan asuransi untuk meningkatkan kualitas pelayanan dengan cara perusahaan bisa menyediakan fitur klaim asuransi yang mudah dan cepat sehingga kosumen akan merasa puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh aplikasi Bukalapak. Perusahaan bisa menerapkan garansi uang kembali dimana jaminan uang konsumen kembali jika pesanan tidak sesuai.
    c) Kecepatan dalam merespon keluhan konsumen juga menjadi faktor penting untuk ditingkatkan oleh perusahaan dengan pelayanan yang cepat, ketika konsumen mengeluhkan masalahnya melalui

aplikasi Bukalapak. Divisi *customer service* langsung menghubungi dengan cara menelepon kosumen

d) Perusahaan bisa menyediakan fitur *live chat* pada aplikasi Bukalapak dalam setiap halaman yang konsumen akses pada aplikasi Bukalapak

e) Perusahaan juga bisa memberikan pelatihan kepada *customer service* mengenai cara mencari solusi yang tepat untuk menjawab permasalahan konsumen. Dimana dalam pelatihan tersebut materi yang diberikan seperti teknik komunikasi terkait bagaimana cara teknik menghadapi pelanggan *complaint*, teknik menjaga emosi, tips dalam bertelepon, panduan menelpon konsumen. pelatihan juga bisa terkait cara mengambil hati pelanggan dimana bisa membina hubungan dengan pelanggan.

f) Perusahaan bisa melakukan *training* untuk *customer service* seperti meningkatkan pemahaman terhadap perusahaan, meningkatkan ketrampilan dan kompetensi yang dibutuhkan agar berhasil dalam sebuah pelayanan. Metode pelatihan bisa dengan cara pembahasan konsep, *role play*, dan diskusi kasus.

3. Saran dan masukan dari peneliti untuk perusahaan Bukalapak terkait cara meningkatkan faktor *system quality* dapat dilakukan dengan beberapa langkah konkret.

a) Perusahaan harus meningkatkan keamanan bagi *account* pengguna dengan cara *password* berganda atau *password* sekali pakai yang diberikan melalui SMS.

b) Perusahaan juga perlu melakukan pembaruan sistem *software* untuk meminimalisir waktu respons sistem yang lama dalam aplikasi.

c) Perusahaan bisa memberikan fitur kepada pengguna Bukalapak dimana bisa melacak kurir dalam mengirimkan barang sudah sampai mana barang tersebut melalui Google *Maps*.

4. Saran dan masukan dari peneliti untuk perusahaan Bukalapak terkait cara meningkatkan faktor *confirmation* dapat dilakukan dengan beberapa langkah konkret.

   a) Perusahaan harus meningkatkan keamanan bagi *account* pengguna dengan cara *password* berganda dan perusahaan menjalin kerjasama dengan perusahaan IT yang bagus. Serta perusahaan bisa membuat training kepada divisi IT secara online.

   b) Perusahaan juga bisa membuat sebuah pelatihan bagi *seller* dengan mengundang orang-orang yang telah sukses dalam berbisnis *online*. Dimana pelatihan tersebut menjelaskan mengenai bagaimana cara membuat informasi yang berkualitas.

   c) Perusahaan bisa membuat survey kepuasan yang dilakukan dengan cara menelepon setiap konsumen yang sudah berbelanja pada aplikasi Bukalapak. Perusahaan bisa menanyakan apakah ada

kendala disaat menggunakan aplikasi Bukalapak, dan perusahaan bisa meminta saran kepada konsumen apa yang perlu diperbaiki kedepannya.

5. Saran dan masukan dari peneliti untuk perusahaan Bukalapak terkait cara meningkatkan faktor *perceived usefulness* dapat dilakukan dengan beberapa langkah konkret.
   a) Perusahaan dalam meningkatkan efisiensi konsumen dalam menggunakan aplikasi Bukalapak bisa dengan cara bekerjasama dengan Go-Pay dan OVO dalam metode pembayaran.
   b) Perusahaan juga bisa berkerjasama dengan layanan transportasi umum seperti MRT dalam top-up saldo kartu JakLingko, atau perusahaan bisa membuat fitur untuk pembayaran secara langsung seperti scan barcode.
   c) Dalam meningkatkan efisiensi pengguna saat pembayaran dalam aplikasi Bukalapak. Perusahaan bisa berinovasi dengan menyediakan fitur *shortcut* menuju pembayaran virtual bank yang konsumen pilih. Dan juga perusahaan bisa mempermudah konsumen sesudah melakukan pembayaran tidak perlu mengirimkan bukti pembayaran kembali.
   d) Penyediaan fitur klaim asuransi secara cepat terhadap barang yang kurang baik saat diterima oleh konsumen.

6. Saran dan masukan dari peneliti untuk perusahaan Bukalapak terkait cara meningkatkan faktor *satisfaction* dapat dilakukan dengan beberapa langkah konkret.
    a) Kualitas informasi yang disediakan harus jelas dimana informasi barang tersebut untuk apa, bisa digunakan untuk apa saja, spesifikasi barang yang di jual seperti apa. Promo yang dibuat juga harus jelas pemilihan kalimatnya dan sering diupdate setiap bulannya promo tersebut.
    b) Sistem keamanan dalam pembayaran perusahaan bisa membuat fitur *double password* , serta perusahaan bisa menerapkan teknologi *Secured Socket Layer* (*SSL*) dan verifikasi pihak ketiga seperti *password* sekali pakai yang dikirim melalui SMS. Sehingga menunjukkan kepada pengguna bahwa informasi mereka aman dari kehilangan, akses tidak sah, dan perusakan.
    c) Perusahan juga perlu meningkatkan pelayanan *customer service* pada aplikasi Bukalapak dengan cara memberikan banyak cara untuk menghubungi *customer service* dengan lebih cepat dengan cara memasukkan kontak informasi pada setiap halaman yang dibuka konsumen pada aplikasi Bukalapak seperti alamat *email*, formulir *online,* nomor telepon, opsi obrolan langsung dengan *customer service,* dan menelpon balik yang dilakukan oleh *customer service*.

d) Perusahaan bisa memberikan pelatihan terkait dengan pelayanan yang baik seperti apa melalui channel YouTube perusahaan. Dengan tema yaitu kesopanan dalam hal melayani konsumen.

e) Perusahaan bisa meningkatkan *software* aplikasi Bukalapak dalam hal kecepatan saat mengakses setiap vitur yang ada dalam aplikasi Bukalapak.

f) Perusahaan juga bisa memperbanyak metode pembayaran digital seperti Go-Pay dan OVO.

5.2.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan hasil penelitian ini, peneiliti mengajukan beberpa saran untuk meningkatkan kualitas penelitian selanjutnya. Saran-saran tersebut sebagai berikut:

1. Peneliti menyarankan untuk memperluas wilayah penyebaran karena dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti hanya mencakup wilayah Tangerang Selatan.
2. Peneliti juga menyarankan untuk lebih memperbanyak indikator pertanyaan agar mendapatkan hasil jawaban yang lebih mendalam. Peneliti memberi contoh indikator-indikator pertanyaan yang bisa ditanyakan kepada konsumen, terkait dengan variabel kualitas informasi bisa ditambahkan pertanyaan seperti informasi yang berikan oleh *seller* sangat mudah dipahami secara visual. Terkait dengan variabel kualitas sistem bisa ditambahkan pertanyaan seperti Saya merasa aman dalam

memberikan informasi sensitif (mis. Nomor kartu kredit) untuk transaksi *online*. Terkait dengan variabel kualitas pelayanan bisa ditambahkan pertanyaan seperti saya aplikasi Bukalapak dapat menyediakan berbagai paket produk sesuai dengan keinginan Saya.

3. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan variabel yang sesuai dengan jurnal utama yaitu penelitian Lee dan Chen (2014) yang berjudul *perceived quality as a key antecendent in continuance intention on mobile commerce.* Variabel-variabel yang digunakan yaitu *information quality*, *system quality*, *service quality*, *confirmation*, *perceived usefulness satisfaction*, dan *continuance intention.* Saran untuk penelitian selanjutnya adalah peneliti bisa menambahkan variabel lain seperti *perceived ease of use, perceived enjoyment, trust, perceived cost*.