



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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

Dalam penelitian yang dilakukan dengan judul “**PENGARUH PERCEPTION OF WEB DESIGN TERHADAP PERCEPTION OF RELIABILITY, PERCEPTION OF PRIVACY, DAN PERCEPTION OF CUSTOMER SERVICE TERHADAP PURCHASE INTENTION PADA WEBSITE BLIBLI.COM**” peneliti dapat menyimpulkan dari hasil pengelolaan dan analisis data yang telah dilakukan bahwa :

1. *Consumer perception of web design* memiliki pengaruh positif atau berpengaruh secara signifikan terhadap *perception of reliability*. Sehingga dapat dijelaskan jika web design di tata dan dikelola dengan baik, maka akan juga meningkatkan kepercayaan dan keandalan Blibli.com dimata konsumen.
2. *Consumer perception of web design* memiliki pengaruh positif atau berpengaruh secara signifikan terhadap *perception of customer service*. Sehingga dapat dijelaskan jika web design di tata dan dikelola dengan baik, maka akan juga meningkatkan kinerja *customer service* dimata konsumen Blibli.com.
3. *Consumer perception of web design* memiliki pengaruh positif atau berpengaruh secara signifikan terhadap *perception of privacy*. Sehingga dapat dijelaskan jika web design di tata dan dikelola dengan baik, maka akan meningkatkan persepsi konsumen terhadap keamanan data yang telah mereka berikan kepada Blibli.com.
4. *Consumer perception of web design* memiliki pengaruh positif atau berpengaruh secara signifikan terhadap *purchase intention*. Sehingga dapat dijelaskan jika web

design di tata dan dikelola dengan baik, maka konsumen merasa nyaman dan apa yang mereka cari atau butuhkan telah dipenuhi oleh Blibli.com sehingga menimbulkan niat untuk berbelanja kembali pada Blibli.com.

5. *Consumer perception of reliability* tidak memiliki pengaruh positif atau berpengaruh secara signifikan terhadap *perception of customer service*. Sehingga penulis menduga penyebab tidak adanya hubungan antara *Consumer perception of reliability* terhadap *perception of customer service* disebabkan karena ketika Blibli telah dapat dipercaya dan diandalkan oleh konsumen, maka konsumen tidak akan menghubungi *customer service* untuk melakukan protes dan sebagainya dikarenakan barang yang mereka pesan telah sampai dengan yang dijanjikan pihak Blibli.com.
6. *Consumer perception of reliability* memiliki pengaruh positif atau berpengaruh secara signifikan terhadap *purchase intention*. Sehingga dapat dijelaskan ketika pelanggan telah mempercayai dan mengandalkan Blibli.com tidak pernah mengecewakan pelanggan sebagai tujuan untuk mencari barang dan berbelanja, maka akan meningkatkan persepsi konsumen terhadap niat untuk berbelanja kembali pada Blibli.com.
7. *Consumer perception of privacy* memiliki pengaruh positif atau berpengaruh secara signifikan terhadap *perception of customer service*. Sehingga dapat dijelaskan jika keamanan dan privasi atas informasi yang telah konsumen berikan dapat dijaga dengan baik oleh Blibli.com, maka akan meningkatkan persepsi konsumen terhadap *customer service* Blibli.com.

8. *Consumer perception of privacy* memiliki pengaruh positif atau berpengaruh secara signifikan terhadap *purchase intention*. Sehingga dapat dijelaskan jika keamanan dan privasi atas informasi yang telah konsumen berikan dapat dijaga dengan baik oleh Blibli.com, maka akan meningkatkan persepsi konsumen untuk kembali melakukan transaksi dan berbelanja pada Blibli.com karena dinilai aman dalam menjaga data-data konsumen.
9. *Consumer perception of customer service* memiliki pengaruh positif atau berpengaruh secara signifikan terhadap *purchase intention*. Sehingga dapat dijelaskan jika pelayanan yang diberikan oleh pihak customer service dan memperlihatkan niat yang tulus dalam menanggapi keluhan, maka akan meningkatkan persepsi konsumen untuk kembali melakukan transaksi dan berbelanja pada Blibli.com karena dinilai pihak Blibli.com ramah dan dengan senang hati membantu mereka yang mengalami masalah.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Untuk Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah didapatkan, peneliti memiliki beberapa saran untuk pihak Blibli.com, berikut ini saran yang dapat peneliti berikan:

1. Terkait dengan permasalahan variabel *Customer perception of web design*, peneliti memberikan saran agar pihak Blibli.com dapat meningkatkan desain *website* mereka menjadi lebih rapih, lebih terstruktur, lebih simpel dan nyaman untuk dipandang oleh konsumen, sehingga apa yang mereka cari dan butuhkan akan lebih mudah didapatkan. Terdapat beberapa cara untuk meningkatkan kualitas website dengan cara meningkatkan personalisasi website agar web

tersebut dapat dengan mudah menafsirkan kebutuhan pelanggan dengan menggunakan *Recommender System* dan *Collaborative Filtering*.

2. Terkait dengan permasalahan variabel *Customer perception of reliability* peneliti memberikan saran agar pihak Blibli.com dapat meningkatkan kinerja dari berbagai sisi yang terkait dengan *reliability* seperti, mempercepat pengiriman barang agar pelanggan menerima barang sesuai dengan waktu yang dijanjikan, melakukan pengecekan ulang terhadap barang yang akan dikirim untuk memastikan apakah barang yang akan dikirim sudah sesuai dengan pesanan pelanggan, memastikan barang yang dikirim telah sampai ketangan konsumen dengan baik. Jika hal-hal ini dilakukan dengan baik maka akan meningkatkan kepercayaan konsumen dan keandalan Blibli.com dimata konsumen. Pihak Blibli.com dapat meningkatkan kualitas pelayanan terutama pengiriman barang dengan menganalisa menggunakan metode *Servqual* yang bertujuan untuk mengetahui gap antara apa yang diharapkan konsumen dengan apa yang terjadi sebenarnya.
3. Terkait dengan permasalahan variabel *Customer perception of privacy* peneliti memberikan saran agar pihak Blibli.com dapat meningkatkan kinerja pada bagian keamanan dan privasi dari data-data pribadi konsumen, beberapa diantaranya Blibli.com dapat memperjelas perjanjian-perjanjian elektronik yang ada sehingga konsumen dapat mengerti secara keseluruhan perjanjian tersebut, meningkatkan fitur keamanan dengan bekerja sama dengan pihak IT Blibli.com, melengkapi website dengan sistem untuk mencegah *Denial-of-service attack* (DDOS) dan menggunakan sistem SSL (*Secure Socket Layer*).

4. Terkait dengan permasalahan variabel *Customer perception of customer service* peneliti memberikan saran agar pihak Blibli.com dapat meningkatkan kinerja para *customer service* dalam menangani pertanyaan dan keluhan konsumen yang masuk pada pihak Blibli.com dengan cara melakukan training secara berkala yang bertujuan untuk membiasakan para *customer service* dalam menangani konsumen.

5.2.2 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah didapatkan, peneliti memiliki beberapa saran untuk pihak Blibli.com, berikut ini saran yang dapat peneliti berikan:

1. Penelitian kali ini hanya dilakukan kepada responden yang pernah berbelanja pada website Blibli.com dari 1 Januari 2020. Penelitian selanjutnya bisa lebih mengkhususkan untuk responden yang berbelanja hanya dalam sebulan terakhir agar hasil yang didapatkan lebih relevan lagi.
2. Peneliti menyarankan agar kedepannya lebih memfokuskan rentang umur responden seperti 16-30 tahun saja, karena dalam penelitian kali ini responden yang peneliti dapatkan paling banyak berada di usia 16-20 tahun dan 21-30 tahun.