

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

1.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan metode uji T dan uji F menggunakan *software* IBM SPSS versi 29, ditemukannya hubungan antar variabel *interactivity*, *ease of information access*, *promotional offers*, *customer reviews*, *trust* dan *continuance intention* yang dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Interactivity* memiliki pengaruh positif terhadap *continuance intention* dengan nilai nilai t-hitung pada variabel *Interactivity* sebesar $3.659 > t\text{-tabel } 1.652$ dan nilai signifikansi ditunjukkan sebesar $< 0.001 < 0.05$. Hal ini dapat menunjukkan bahwa interaktifitas yang ada pada *website* *sportsstation.id* dapat menunjukkan adanya komunikasi antara pengguna dan sistem dengan sangat baik seperti fitur pencarian, langkah-langkah dalam transaksi, fitur pertanyaan, fitur tampilan pada *website* *sportsstation.id*. *Website* yang interaktif ini akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan penggunaan kembali *website*.
2. *Ease of information access* tidak memiliki pengaruh positif terhadap *continuance intention* dengan nilai t-hitung pada variabel *Ease of Information Access* sebesar $-1.666 < t\text{-tabel } 1.652$ dan nilai signifikansi ditunjukkan sebesar $0.097 > 0.05$. Hal ini dapat menunjukkan bahwa informasi yang diberikan oleh *website* *sportsstation.id* tidak dapat

memuaskan keinginan konsumen untuk mendapatkan informasi yang lebih terhadap produk yang ingin dibeli. Informasi yang kurang memadai ini yang mempengaruhi konsumen dalam penggunaan atau kunjungan kembali.

3. *Promotional offers* tidak memiliki pengaruh positif terhadap *continuance intention* dengan nilai t-hitung pada variabel *Promotional Offers* sebesar $0.893 < t\text{-tabel } 1.652$ dan nilai signifikansi ditunjukkan sebesar $0.373 > 0.05$. Hal ini dapat menunjukkan bahwa ketika konsumen melihat adanya sebuah promo yang diberikan pada website Sportsstation.id, konsumen tidak merasa tertarik untuk melakukan pembelian pada produk yang ditawarkan dengan promo, maka promo ini tidak dapat mempengaruhi konsumen dalam penggunaan atau kunjungan kembali untuk membeli produk.
4. *Customer reviews* memiliki pengaruh positif terhadap *continuance intention* dengan nilai t-hitung pada variabel *Customer Reviews* sebesar $3.861 > t\text{-tabel } 1.652$. Nilai signifikansi ditunjukkan sebesar $0.001 > 0.05$. Hal ini dapat menunjukkan bahwa fitur ulasan sangat dibutuhkan oleh konsumen dalam mencari informasi tambahan terhadap produk atau jasa yang diberikan oleh website sportsstation.id sehingga fitur ulasan ini dapat meningkatkan keinginan konsumen dalam penggunaan kembali pada website.
5. *Trust* memiliki pengaruh positif terhadap *continuance intention* dengan nilai t-hitung pada variabel *Trust* sebesar $6.315 > t\text{-tabel } 1.652$ dan nilai signifikansi ditunjukkan sebesar $0.001 > 0.05$. Hal ini dapat menunjukkan

bahwa privasi dan keamanan sebuah *website* sangat mempengaruhi penggunaan kembali yang dimana privasi dan keamanan yang baik ini dapat menghilangkan keraguan, khawatir atau kecemasan konsumen saat ingin berbelanja online pada suatu *website*.

5.2 Saran

5.2.1. Saran Bagi Perusahaan

Hasil yang didapatkan pada penelitian ini dapat menunjukkan beberapa faktor yang mempengaruhi *continuance intention* pada *website* sportsstation.id beserta dengan implikasinya. Oleh karena itu, peneliti memberikan saran yang dapat membantu bagi Sport Station untuk meningkatkan *continuance intention* pada *websitenya*, yaitu sebagai berikut: ganti jadi interactivity, trust sama customer reviews

1. *Interactivity* merupakan salah satu hal yang penting dalam sebuah *website* terutama *website commerce*. Hal ini penting dikarenakan pengunjung pertama kali datang atau mengunjungi sebuah *website* akan langsung merasakan interaksi yang ada pada *website* tersebut. Adanya interaksi timbal balik antara pengunjung dan sistem pada *website* maka membuat pengunjung merasa dipermudah dan dibantu dalam mengakses keseluruhan konten yang ada pada *website*.
2. Fitur *Customer Reviews* dapat membantu *website* sportsstation.id dalam meningkatkan *continuance intention*.

Ulasan online konsumen yang ada pada website dapat membantu konsumen untuk mencari informasi tambahan dan meningkatkan keyakinan mereka dalam melakukan transaksi pada produk atau *website*. Ulasan positif yang diberikan konsumen tentu dapat meningkatkan citra merek pada *website* sehingga adanya keinginan untuk terus menggunakan *website* dalam berbelanja produk *sportswear* atau *sport apparel*. Maka dari itu penambahan fitur *customer reviews* dapat membantu sportsstation.id.

3. Meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap *website* sangat penting bagi sportsstation.id. Peningkatan ini dapat dilakukan dengan meningkatkan *privacy policy* serta membatasi *website* dalam mengakses keseluruhan *history* atau profil konsumen.

5.2.2. Saran Bagi Penelitian Selanjutnya

Hasil yang didapatkan pada penelitian ini menunjukkan hasil dari *interactivity*, *ease of information access*, *promotional offers*, *customer reviews*, *trust* terhadap *continuance intention*. Peneliti masih merasa adanya kekurangan pada penelitian ini sehingga diperlukannya penelitian lanjutan untuk mengetahui lebih mengenai keputusan penggunaan kembali konsumen pada *website* khususnya *website* sportsstation.id. Beberapa saran yang dapat diberikan oleh peneliti yaitu:

1. Variabel yang digunakan pada penelitian ini masih terbatas dengan menggunakan 5 variabel yang menjadi faktor pada *continuance intention* yaitu *interactivity*, *ease of information access*, *promotional offers*, *customer reviews*, *trust* sehingga pada penelitian selanjutnya dapat menggunakan variabel lain yang berkaitan dengan *continuance intention*.
2. Dalam penelitian ini penjelasan terhadap 5 variabel yang menjadi faktor pada *continuance intention* masih kurang terhadap informasinya sehingga pada penelitian selanjutnya peneliti dapat lebih merincikan lagi untuk setiap variabel yang ada pada penelitian ini sehingga mengetahui lebih terkait pengaruh variabel secara individual.

