

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil penelitian pada bagian sebelumnya maka disimpulkan :

1. Kualitas informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna *e-commerce* B2C dan C2C di Kota Semarang. Semakin baik kualitas informasi maka akan semakin meningkatkan kepuasan pengguna *e-commerce*.
2. Kualitas sistem berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna *e-commerce* B2C dan C2C di Kota Semarang. Semakin baik kualitas sistem maka akan semakin meningkatkan kepuasan pengguna *e-commerce*.
3. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna *e-commerce* B2C dan C2C di Kota Semarang. Jadi semakin baik kualitas layanan maka akan semakin meningkatkan kepuasan pengguna *e-commerce*.
4. Dari kesimpulan hasil uji beda, dapat disimpulkan bahwa untuk kualitas layanan, kualitas informasi dan kepuasan pengguna ada

perbedaan signifikan dari B2C dan C2C dimana nilai rata-rata meannya lebih tinggi dan hasil uji beda t-test < 0.05 sehingga menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan, sedangkan untuk kualitas sistem tidak ada perbedaan yang signifikan antara B2C dan C2C dimana hal ini dapat dilihat dari hasil uji beda t test yang berada diatas 0.05 sehingga menunjukkan tidak ada perbedaan yang signifikan. Dari hasil uji beda tersebut maka dapat disimpulkan bahwa situs C2C lebih baik daripada B2C.

5.2 Saran

Sedangkan saran pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pihak *e-commerce* diharapkan dapat mempertahankan kualitas layanannya karena dari hasil penelitian ini paling besar pengaruhnya terhadap kepuasan pengguna. Pihak *e-commerce* juga perlu memperhatikan kualitas sistem, dan kualitas informasinya karena dari hasil penelitian ini terbukti signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna.
2. Pada penelitian ini selanjutnya dapat menambahkan variabel lain yang mempengaruhi kepuasan pengguna, misalnya gender, usia, pendidikan (Nur, 2014). Adanya perbedaan karakteristik antara pria dan wanita, dan perbedaan usia serta pendidikan dapat menentukan tingkat pemahaman konsumen dalam menggunakan

situs *e-commerce* dan hal tersebut dapat membuat kepuasan pengguna yang berbeda pula. Hal ini didasarkan dari teori yang dikemukakan oleh “Malvin De Fleur” mengenai penggolongan sosial.

