

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa pengguna aplikasi Bukalapak berusia 19-22 tahun, dengan jumlah pria 28 orang dan wanita 22 orang. Mayoritas pengguna berasal dari mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis program studi Manajemen tahun 2016.

Analisis variabel kualitas website Bukalapak memiliki rata-rata tanggapan sebesar 3,846 yang termasuk dalam kategori tinggi. Responden setuju bahwa aplikasi Bukalapak memiliki kualitas website yang baik yaitu memberikan kemudahan, desain yang menarik, kesesuaian gambar yang disajikan, kesesuaian informasi, memberikan rasa aman dan kepercayaan.

Analisis variabel pengalaman berbelanja online memiliki rata-rata tanggapan sebesar 3,92 yang termasuk dalam kategori tinggi. Responden setuju dengan pernyataan pengalaman berbelanja online di Bukalapak yaitu merasa senang dengan pengalaman berbelanja *online* sebelumnya, merasakan pengalaman tentang tingkat kepercayaan, dan merasakan pengalaman tentang kemudahan.

Analisis variabel kepuasan pelanggan online memiliki rata-rata tanggapan sebesar 3,765 yang termasuk dalam kategori tinggi. Responden setuju dengan pernyataan kepuasan pelanggan online di Bukalapak yaitu memberikan kenyamanan, desain web yang menarik, informasi, dan tingkat keamanan.

Berdasarkan hasil regresi linier berganda, didapatkan hasil bahwa variabel kualitas website memiliki nilai positif terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai 0,176 dan variabel pengalaman berbelanja memiliki nilai positif terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai 0,292

Berdasarkan hasil uji t, didapatkan hasil bahwa variabel kualitas website berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Ditunjukkan dari nilai t hitung kualitas website lebih besar dari t tabel sebesar $3,778 > 2,012$ dan angka probabilitas signifikan yang lebih kecil yaitu $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik tingkat kualitas website Bukalapak, maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan dalam menggunakan aplikasi Bukalapak. Karena konsumen melihat suatu situs dari segi rancangan seperti memberikan kemudahan, desain yang menarik, kesesuaian gambar yang disajikan, kesesuaian informasi, memberikan rasa aman dan kepercayaan. Dan variabel pengalaman berbelanja berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Ditunjukkan dari nilai t hitung kualitas website lebih besar dari t tabel sebesar $2,134 > 2,012$ dan angka probabilitas signifikan yang lebih kecil yaitu $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa pengalaman berbelanja yang positif pada pembelian sebelumnya di Bukalapak memberikan kepuasan pada konsumen sehingga responden memiliki persepsi positif terhadap belanja *online*.

Berdasarkan hasil uji F, didapatkan hasil bahwa variabel kualitas website dan pengalaman berbelanja berpengaruh secara positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan aplikasi Bukalapak. Ditunjukkan dari hasil F hitung $28,561 > F$ tabel $3,19$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$

Berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi, didapatkan hasil bahwa nilai adjusted r square pada penelitian ini sebesar $0,529$. Artinya bahwa variabel kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas website dan pengalaman berbelanja sebesar $52,9\%$ dan sisanya $47,1\%$ dipengaruhi oleh variabel lain diluar kualitas website dan pengalaman berbelanja atau faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil penelitian di atas maka sudah menjawab rumusan masalah yang telah ditentukan oleh peneliti yaitu : Pengaruh variabel kualitas

website terhadap variabel kepuasan pelanggan online Bukalapak yang berpengaruh positif dan signifikan, pengaruh variabel pengalaman berbelanja terhadap variabel kepuasan pelanggan online Bukalapak yang berpengaruh positif dan signifikan, dan variabel kualitas website dan pengalaman berbelanja berpengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan online Bukalapak.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil studi, pembahasan, serta kesimpulan penilaian responden dalam penelitian ini yang merupakan pengguna aplikasi Bukalapak di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Soegijapranata, maka dapat disampaikan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi kepentingan perusahaan pengembang aplikasi Bukalapak.

Perusahaan pengembang aplikasi Bukalapak diharapkan untuk dapat mempertahankan kualitas website yang sudah diterapkan sampai saat ini, antara lain pada tampilan, kemudahan navigasi, kesesuaian informasi seperti format, tingkat akurasi dan relevansi yang disajikan dalam konten, Memiliki hubungan interaksi pada layanan yang dapat dirasakan dalam bentuk kepercayaan dan empati karena pada setiap indikator diatas memiliki nilai indeks yang tinggi. Namun pada tingkat kesesuaian desain dan gambar yang disajikan harus lebih ditingkatkan lagi contohnya dengan penerapan *User-Centered Design* pada Bukalapak, UCD (*User Centered Design*) merupakan proses desain yang berfokus pada kebutuhan pengguna, bukan hanya pada karakteristik dan persepsi manusia secara umum tetapi juga sifat dan fitur spesifik dari target pengguna seperti memperhitungkan usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, dan tingkat kesadaran teknologi. Tujuannya agar produk yang dikembangkan dapat bermanfaat serta mudah digunakan bagi pengguna.

Perusahaan juga dapat memanfaatkan *Content Marketing* seperti konten artikel, video, maupun aplikasi yang ditambahkan di toko *online* menjadi salah satu alat pemasaran yang bisa digunakan untuk mendongkrak kunjungan pelanggan.

Tambahan konten juga dapat memudahkan sebuah situs online untuk bisa ke-index oleh mesin pencari seperti Google.

Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan dapat meneliti lebih luas lagi dengan sampel diluar mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Soegijapranata, sehingga nantinya hasil yang didapatkan akan lebih beragam. Dan dapat menambahkan variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan seperti variabel harga, *brand image*, dll.

