

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dari penelitian tentang Pengaruh Kualitas Informasi dan Persepsi Risiko Keamanan terhadap Kepercayaan dan Loyalitas Pengguna Tokopedia di Jakarta, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas informasi dengan kepercayaan pada pengguna tokopedia di Jakarta. Hal tersebut menjelaskan bahwa semakin tinggi kualitas informasi yang diberikan tokopedia, maka semakin tinggi tingkat kepercayaan pengguna. Kepercayaan ditentukan oleh kualitas informasi sebesar 30,3% dengan 69,7% sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.
2. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara persepsi risiko keamanan dengan kepercayaan pada pengguna tokopedia di Jakarta. Hal tersebut menjelaskan bahwa semakin tinggi tingkat keamanan tokopedia dalam menghadapi risiko, maka semakin tinggi tingkat kepercayaan pengguna. Kepercayaan ditentukan oleh persepsi risiko keamanan sebesar 67% dengan dan 33% sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.
3. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kepercayaan dengan loyalitas pada pengguna tokopedia di Jakarta. Hal tersebut menjelaskan

bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan pengguna terhadap tokopedia, maka semakin tinggi tingkat loyalitas pengguna. Loyalitas ditentukan oleh kepercayaan sebesar 81,5% dengan 18,5% sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

B. Implikasi

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan, hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas informasi dan persepsi risiko keamanan merupakan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kepercayaan dan loyalitas. Kualitas informasi dan persepsi risiko keamanan berhubungan positif dan signifikan dengan kepercayaan dan loyalitas.

Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan variabel kualitas informasi terhadap kepercayaan, dapat dikatakan bahwa semakin tinggi tingkat kualitas informasi maka akan meningkat pula tingkat kepercayaannya. Oleh sebab itu, kualitas informasi dan persepsi risiko keamanan yang merupakan faktor strategis dalam meningkatkan kepercayaan dan harus dimaksimalkan dalam proses jual-beli *e-commerce* sehingga mampu menumbuhkan kepercayaan pengguna terhadap tokopedia. Dengan kepercayaan tinggi, maka loyalitas pengguna juga akan semakin meningkat.

Berdasarkan hasil rata-rata hitung skor masing-masing indikator dari variabel kualitas informasi terlihat bahwa indikator yang memiliki skor tertinggi adalah indikator informasi di Tokopedia memfasilitasi pembelian produk atau layanan yang dijual atau dipasarkan, yaitu sebesar 20,2%, tingginya

presentase tersebut menggambarkan bahwa pengguna tokopedia lebih mempercayai *e-commerce* ini karena dapat memfasilitasi mereka dalam belanja online. Sedangkan yang memiliki skor terendah adalah indikator Tokopedia menyediakan informasi produk yang relevan yaitu sebesar 19,8%. Rendahnya presentase tersebut dikarenakan tokopedia terkadang menampilkan hasil penelusuran produk yang tidak sesuai dengan apa yang pengguna cari. Hal ini menunjukkan bahwa harus ada peningkatan sistem pencarian produk agar informasi produk di tokopedia memiliki tingkat relevansi yang akurat terhadap produk yang diinginkan pengguna.

Selanjutnya, hasil rata-rata hitung skor masing-masing indikator dari variabel persepsi risiko keamanan yang tertinggi adalah indikator pembayaran elektronik di Tokopedia aman yaitu sebesar 26%. Tingginya presentasi tersebut menggambarkan bahwa pengguna tokopedia mempercayai mereka karena merasa pembayaran di tokopedia aman sehingga tingkat kekhawatiran mereka terhadap finansial yang dikeluarkan lebih rendah. Sedangkan indikator persepsi risiko keamanan terendah adalah indikator Tokopedia memiliki kapasitas teknis yang memadai untuk memastikan bahwa data yang saya kirim tidak dapat dimodifikasi oleh peretas yaitu sebesar 24,6%. Rendahnya presentase skor tersebut disebabkan karena pengguna tokopedia merasa data-data mereka belum aman dalam transmisi data pada tokopedia. Ditambah dengan banyaknya berita-berita yang mencantumkan tokopedia sebagai aplikasi *e-commerce* yang rentan terhadap peretas.

Selain itu, hasil rata-rata hitung skor masing-masing indikator dari variabel kepercayaan yang tertinggi adalah indikator Tokopedia dapat dipercaya dan jujur yaitu sebesar 25,4%. Tingginya presentasi tersebut menggambarkan bahwa pengguna tokopedia mempercayai mereka karena merasa tokopedia dapat dipercaya dan jujur sehingga tingkat kekhawatiran mereka lebih rendah. Sedangkan indikator kepercayaan terendah adalah indikator Tokopedia tidak berperilaku oportunistik yaitu sebesar 24,2%. Rendahnya presentase skor tersebut disebabkan karena pengguna tokopedia merasa tokopedia sebagai pelaku bisnis pasti melakukan hal-hal yang bersifat oportunistik demi kelanjutan usahanya. Oleh sebab itu, tokopedia perlu meninjau kembali kesejahteraan pengguna tokopedia sebagai cikal bakal dalam meningkatkan loyalitas pengguna.

C. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi yang dikemukakan di atas, maka peneliti memiliki beberapa saran yang mungkin dapat bermanfaat dalam meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pengguna tokopedia di Jakarta, antara lain:

1. Diketahui indikator terendah pada variabel loyalitas yaitu pilihan saya terhadap Tokopedia tidak akan berubah dengan persentase 32,95%. Hal ini menandakan bahwa pengguna tokopedia di Jakarta memiliki kemungkinan untuk merubah pilihan *e-commerce* ke pilihan alternatif lainnya. Peneliti sendiri menganggap bahwa seharusnya tokopedia

mampu mempertahankan posisi teratasnya sebagai *e-commerce* dengan pengunjung terbanyak. Peneliti menyarankan kepada pihak tokopedia untuk lebih meningkatkan faktor-faktor yang dapat meningkatkan loyaltitas pengguna, terutama dalam hal kualitas informasi dan keamanan terhadap risiko, sebagai contoh meningkatkan sistem relevansi produk dan meningkatkan sistem keamanan data privasi pengguna.

2. Diketahui indikator terendah pada variabel kepercayaan yaitu Tokopedia tidak berperilaku oportunistik dengan persentase sebesar 24,2%. Hal ini menandakan bahwa pengguna tokopedia merasa bahwa tokopedia berperilaku oportunistik sebagai pelaku usaha. Peneliti merasa bahwa hal itu merupakan hal wajar bila pelaku usaha mengejar keuntungan demi kemajuan usaha. Namun, pelaku usaha pun perlu memperhatikan kesejahteraan konsumen. Jadi, peneliti menyarankan kepada tokopedia untuk mengembangankan dan meninjau kembali strategi bisnis dimana adanya keseimbangan antara keuntungan perusahaan dan kesejahteraan konsumen.
3. Diketahui indikator terendah pada variabel kualitas informasi yaitu pada indikator Tokopedia menyediakan informasi produk yang relevan yaitu sebesar 19,8%. Hal ini menandakan bahwa pengguna tokopedia merasa bahwa informasi produk yang diberikan tokopedia belum relevan. Sehingga, peneliti menyarankan tokopedia untuk mengembangankan sistem relevansi terhadap informasi produk dengan

tujuan agar produk yang dicari oleh konsumen sesuai dengan ekspektasi mereka.

4. Diketahui indikator terendah pada variabel persepsi risiko keamanan yaitu pada indikator Tokopedia memiliki kapasitas teknis yang memadai untuk memastikan bahwa data yang saya kirim tidak dapat dimodifikasi oleh peretas yaitu sebesar 24,6%. Hal ini menandakan bahwa pengguna tokopedia merasa bahwa keamanan data tokopedia masih belum mutakhir. Informasi produk yang diberikan tokopedia belum relevan. Sehingga, peneliti menyarankan tokopedia untuk mengembangkan sistem keamanan data privasi pengguna agar kekhawatiran pengguna atas keamanan tokopedia menurun.
5. Bagi para peneliti yang ingin meneliti kepercayaan dan loyalitas, diharapkan meneliti faktor lain yang dapat mempengaruhi kepercayaan dan loyalitas agar penelitian selanjutnya lebih bermanfaat dan menambah ilmu pengetahuan dengan kebaruan.