

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan penelitian yang telah diuraikan tentang Pengaruh Desain Situs, Keamanan terhadap Kepuasan pelanggan E-commerce Lazada pada Masyarakat Jakarta, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Terdapat pengaruh yang positif antara desain situs dengan kepuasan pelanggan *e-commerce* Lazada pada masyarakat Jakarta. Koefisien X_1 bernilai positif artinya terdapat pengaruh antara desain situs terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut menjelaskan bahwa semakin meningkatnya profesionalitas dan kreatifitas dari sebuah desain situs maka semakin meningkat pula kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh desain situs sebesar 20,3%, sedangkan 79,7% sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.
2. Terdapat pengaruh yang positif antara keamanan dengan kepuasan pelanggan *e-commerce* Lazada pada masyarakat Jakarta. Koefisien X_2 bernilai positif, artinya terdapat pengaruh antara keamanan terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut menjelaskan bahwa semakin meningkat system keamanan maka semakin meningkat pula kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh keamanan sebesar 18,1%, sedangkan 81,9% sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

B. Implikasi

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan, hasil dalam penelitian ini, menunjukkan bahwa desain situs dan keamanan merupakan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Desain situs dan keamanan berhubungan positif dan signifikan dengan kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan.

Berdasarkan hasil hitung skor masing-masing indikator dari variabel desain situs, terlihat bahwa indikator yang memiliki skor tertinggi adalah desain situs membuat cepat dan mudah dalam transaksi., yaitu sebesar 25,22%. Tingginya presentasi dari indikator tersebut menggambarkan bahwa pelanggan yang telah melakukan belanja online di Lazada lebih memiliki proses transaksi yang cepat dan efisien agar tidak membuang waktu yang terlalu banyak hanya untuk melakukan transaksi . Sedangkan yang memiliki skor terendah adalah indikator desain situs menarik secara visual, yaitu sebesar 24,81%. Rendahnya presentase dari indikator tersebut maka dapat dinyatakan bahwa desain visual dari *e-commerce* Lazada belum dapat dikatakan menarik sehingga kredibilitas pelanggan juga belum tentu dapat meningkat. Selain itu, desain visual dari *e-commerce* Lazada dapat dikatakan belum dapat dijadikan sebagai motivasi pelanggan untuk berbelanja. Hal tersebut menunjukkan bahwa harus ada peningkatan yang lebih baik untuk desain visual dari *e-commerce* Lazada, unsur-unsur dari desain seperti garis, bentuk, ruang, warna, ukuran, tipografi terkombinasikan dengan baik.

Selanjutnya, dari hasil hitung skor masing-masing indikator dari variabel keamanan terlihat bahwa indikator yang memiliki skor tertinggi adalah informasi pelanggan tidak diberikan ke situs lain tanpa izin, yaitu sebesar 25,25%. Tingginya presentasi dari indikator tersebut menggambarkan bahwa pelanggan yang telah melakukan belanja online di Lazada memiliki kepercayaan pada system keamanan mengenai informasi pribadi pelanggan, pelanggan percaya bahwa *e-commerce* Lazada tidak memberikan informasi pribadinya ke situs lain. Sedangkan yang memiliki skor terendah adalah indikator tidak menyalahgunakan informasi pribadi pelanggan, yaitu sebesar 24,77%. Rendahnya presentase dari indikator tersebut maka dapat dinyatakan bahwa pelanggan masih belum percaya sepenuhnya dan belum merasa aman terhadap isu penyalahgunaan informasi pribadi pelanggan pada *e-commerce* Lazada. Hal tersebut menunjukkan bahwa harus ada peningkatan dalam system keamanan yang dimiliki oleh *e-commerce* Lazada.

C. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi yang dikemukakan di atas, maka peneliti memiliki beberapa saran yang mungkin dapat bermanfaat dalam meningkatkan kepuasan konsume pada masyarakat di Jakarta, antara lain:

1. E-commerce Lazada harus lebih memperhatikan indikator yang memiliki presesntasi terendah pada variabel desain situs, yaitu desain situs menarik secara visul sebesar 24,81%. Hal tersebut menunjukkan bahwa desain dari *e-commerce* Lazada masih kurang menarik perhatian pelanggan yang dapat berdampak pada kredibilitas e-commerce Lazada, maka dari itu peneliti

menyarankan agar pihak e-commerce Lazada dapat meningkatkan integritas dari desain visual dan keseimbangan dari unsur-unsur desain situsnya. Jika pihak *e-commerce* Lazada dapat meningkatkan integritas desain visual dan keseimbangan dari unsur-unsur desain situsnya pelanggan akan merasa tertarik dan senang saat melihat dan melakukan proses transaksi di *e-commerce* Lazada. Selain itu, desain visual situs yang menarik dapat dijadikan motivasi bagi pelanggan untuk melakukan pembelian di *e-commerce* Lazada.

2. E-commerce Lazada harus lebih memperhatikan indikator yang memiliki presesntasi terendah pada variabel keamanan, yaitu tidak menyalahgunakan informasi pribadi pelanggan, yaitu sebesar 24,77%. Hal tersebut menunjukkan bahwa system keamanan dari *e-commerce* Lazada saat ini, belum dapat membuat pelanggan mearasa aman dan percaya bahwa tidakadanya penyalahgunaan informasi yang terjadi, sehingga peneliti menyarankan agar pihak *e-commerce* Lazada terus meningkatkan dan meng-*update* sistem keamanan dari situsnya agar menjadi lebih baik lagi, terutama pada hal yang menyangkut informasi kosnumen. Dengan sistem keamanan yang baik, pelanggan akan memiliki kepercayaan bahwa informasi pribadinya disimpan dengan baik oleh pihak *e-commerce* Lazada dengan begitu pelanggan dapat merasa puas saat berbelanja *online* di *e-commerce* Lazada.