

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Setelah pengujian validitas dan reliabilitas, hasilnya adalah seluruh variabel instrumen penelitian telah terbukti *valid* dan *reliabel*. Dari hasil pengujian analisa korelasi dan regresi yang kami lakukan, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara *Online Transaction Self-Efficacy*, *Customer Trust*, dan *Uncertainty Reduction* pada e-commerce.

Dan hasil dari analisa regresi yang kami lakukan memiliki hasil lebih besar dari r table (0.098) sehingga H0 ditolak dan H1 diterima, dengan pengertian bahwa setiap variabel memiliki pengaruh. Data detail sebagai berikut :

1. Pengaruh variabel *Initiation (A)* terhadap variabel *Online Transaction Self-Efficacy (D)* sebesar 0.237 dan besar pengaruhnya 5,6%.
2. Pengaruh variabel *Effort (B)* terhadap variabel *Online Transaction Self-Efficacy (D)* sebesar 0.368 dan besar pengaruhnya 13.5%.
3. Pengaruh variabel *Persistency (C)* terhadap variabel *Online Transaction Self-Efficacy (D)* sebesar 0.309 dan besar pengaruhnya 9.5%.
4. Pengaruh variabel *Online Transaction Self-Efficacy (D)* terhadap variabel *Perceived Risk (G)* sebesar 0.368 dan besar pengaruhnya 13.5%.

5. Pengaruh variabel *Online Transaction Self-Efficacy (D)* terhadap variabel *Consumer Trust (F)* sebesar 0.270 dan besar pengaruhnya 7.3%.
6. Pengaruh variabel *Disposition to Trust (E)* terhadap variabel *Perceived Risk (G)* sebesar 0.200 dan besar pengaruhnya 4%.
7. Pengaruh variabel *Disposition to Trust (E)* terhadap variabel *Consumer Trust (F)* sebesar 0.180 dan besar pengaruhnya 3.2%.
8. Pengaruh variabel *Consumer Trust (F)* terhadap variabel *Perceived Risk (G)* sebesar 0.139 dan besar pengaruhnya 1.9%.
9. Pengaruh variabel *Consumer Trust (F)* terhadap variabel *Purchase Intention (H)* sebesar 0.167 dan besar pengaruhnya 2,8%.
10. Pengaruh variabel *Perceived Risk (G)* terhadap variabel *Purchase Intention (H)* sebesar 0.245 dan besar pengaruhnya 6%.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan simpulan yang sudah kami buat, maka berikut adalah beberapa saran yang kami ambil dari data responden yang dapat digunakan sebagai masukan bagi Forum Jual Beli Kaskus untuk meningkatkan pelayanan di masa depan yaitu :

1. Kaskus sebagai media Jual Beli masih dianggap sedikit sulit dalam penggunaan dan harus dipermudah.
2. Penyusunan Forum atau Thread dari penjual masih tidak tertata dengan rapi dan harus dirapikan agar lebih memudahkan pengguna.

3. Terkadang fitur pencarian tidak berjalan dengan semestinya sehingga mempersulit dalam melakukan pencarian produk.
4. Desain dari Kaskus harus terus dikembangkan mengikuti perkembangan website sehingga tetap segar di mata pengguna.
5. Adanya system blacklist dari moderator agar dapat meningkatkan keamanan dalam berbelanja secara online.
6. Memberikan fitur – fitur dengan prosedur yang lebih mudah untuk dilakukan.
7. Perlu diadakan penelitian lanjutan untuk mengetahui faktor-faktor lain yang berpengaruh terhadap E-Commerce. Penelitian lanjutan dilakukan guna mengetahui tingkat pengaruh antara faktor-faktor yang mendukung E-Commerce diluar faktor *Initiation (A)*, *Effort (B)*, *Persistency (C)*, *Online Transaction Self-Efficacy (D)*, *Disposition to Trust (E)*. Misalnya faktor keamanan dalam transaksi, faktor fasilitas, dan faktor pelayanan yang diberikan kaskus sehingga pelanggan percaya dan bersedia untuk merekomendasikan website kaskus.us kepada kerabat, teman atau saudara.
8. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah jumlah responden, tidak hanya dari kalangan mahasiswa Bina Nusantara saja, dapat juga dari kalangan pengguna yang lain, sehingga mampu menghasilkan data yang lebih akurat seiring perluasan responden sebagai subjek penelitian.