BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Profit, volume pengunjung *website*, volume penjualan dan target pasar yang dicapai oleh perusahaan *dotcom* saat ini meningkat, hal ini terbukti dari semua hipotesa pendukung dari hipotesa pertama (H1) menolak Ho serta pertanyaan – pertanyaan yang terdapat pada masing – masing hipotesa pendukung memiliki nilai $\overline{X}$ > Median yang berarti hasil hipotesa pertanyaan – pertanyaan tersebut adalah menolak Ho, maka terbukti bahwa H1 signifikan.
2. Perilaku konsumen terhadap produk, proses pemesanan produk, proses pengiriman produk dan sistem pembayarannya sudah baik. Hal ini terlihat dari semua hipotesa pendukung dari hipotesa kedua (H2) menolak Ho serta pertanyaan – pertanyaan yang terdapat pada masing – masing hipotesa pendukung memiliki nilai X^2_{hitung} > X^2_{tabel} yang berarti hasil hipotesa pertanyaan – pertanyaan tersebut adalah menolak Ho, maka terbukti bahwa H2 signifikan.
3. Bisnis *e-commerce* yang bersifat *B to C* pada masa yang akan datang (apabila kondisi perekonomian dan politik di Indonesia tidak memburuk) akan lebih baik dengan melihat hasil yang diperoleh oleh perusahaan *dotcom* pada saat ini dan juga perilaku konsumen terhadap produk, proses pemesanan produk, proses pengiriman produk dan sistem pembayarannya.

4. Faktor – faktor yang mempengaruhi seseorang untuk berbelanja atau tidak berbelanja melalui Internet adalah jenis kelamin, latar belakang pendidikan, usia, besarnya penghasilan, lama akses Internet, dan kecepatan akses Internet, sedangkan jenis pekerjaan tidak mempengaruhi seseorang untuk berbelanja atau tidak berbelanja melalui Internet. Dan besarnya pengaruh variabel – variabel tersebut dapat dikatakan cukup lemah, namun variabel lama akses Internet mempunyai pengaruh yang paling kuat dibandingkan dengan variabel – variabel lainnya.
5. Alasan seseorang tidak pernah berbelanja melalui Internet terutama disebabkan karena ketidakpercayaan mereka terhadap sistem pembayarannya. Namun terdapat juga hal – hal lain yang menjadi alasan seseorang tidak berbelanja melalui Internet. Berikut ini merupakan alasan – alasan seseorang tidak berbelanja melalui Internet yang diurutkan berdasarkan alasan yang paling banyak dipilih oleh responden yang tidak pernah berbelanja melalui Internet :
    a. Tidak percaya dengan sistem pembayarannya
    b. Takut barang tidak dikirim
    c. Kualitas produk tidak terjamin
    d. Tidak mengetahui bagaimana cara berbelanja melalui internet
    e. Harga produk yang ditawarkan mahal
    f. Informasi mengenai produk tidak jelas
    g. Produk yang diinginkan tidak ada
    h. Lainnya seperti tidak mempunyai kartu kredit, lebih menyukai belanja secara langsung dan biaya pengiriman barang mahal.

5.2 Saran

Berikut ini merupakan saran – saran yang dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya :

1. Penelitian yang sama dapat dilakukan dengan memperluas cakupan area populasi ke seluruh Indonesia, tidak hanya di Jakarta.
2. Prospek bisnis *e-commerce* yang bersifat *B to C* dilihat dari sisi perusahaan sudah baik, dan untuk penelitian selanjutnya dapat meneliti bagaimana *positioning* perusahaan *dotcom* yang berasal dari Indonesia dengan perusahaan *dotcom* yang berasal dari luar Indonesia dengan pangsa pasar di Indonesia.