

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Dari hasil pengujian hipotesis dan pembahasan, maka kesimpulan yang dapat dijelaskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Perceived Benefit*(PB) berpengaruh positif terhadap sikap belanja (SB) pada situs Tokopedia di Surabaya
2. *Electronic Word of Mouth* (EWOM) berpengaruh positif terhadap kepercayaan konsumen (KK) pada situs Tokopedia di Surabaya.
3. *Perceived web quality* (PWQ) berpengaruh positif terhadap sikap belanja (SB) pada situs Tokopedia di Surabaya
4. Kepercayaan konsumen (KK) berpengaruh positif terhadap sikap belanja (SB) pada situs Tokopedia di Surabaya

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Bagi peneliti selanjutnya, dapat menambahkan beberapa variabel lain yang belum diteliti seperti loyalitas pelanggan dan niat pembelian konsumen dengan menggunakan responden online.

5.2.2. Saran Praktis

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah ada, saran-saran yang dapat diberikan oleh peneliti kepada situs Tokopedia di adalah sebagai berikut:

1. Situs Tokopedia dapat memperhatikan pelayanan secara elektronik agar dapat menyenangkan konsumen dalam melakukan pembelian online.

2. Situs Tokopedia hendaknya mendorong pelanggan untuk memberikan review dan testimoni setelah melakukan transaksi, melakukan *updating* data terhadap *electronic words of mouth* (e-WOM) untuk memunculkan komentar positif akan kepuasan pengguna situs Tokopedia.
3. Situs Tokopedia hendaknya memberikan tambahan halaman *review* testimoni dari pelanggan lain yang dapat mudah diakses, dibaca dan dipahami.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Debei, M. M., Akroush, M. N., & Ashouri, M. I, 2014, Consumer attitudes towards online shopping: The effects of trust, perceived benefits, and perceived web quality, *Internet Research*, 25(5), 707-733.
- Buttner, O.B. and Goritz, A.S. (2008, January-February). Perceived Trustworthiness Of Online Shops, *Journal of Consumer Behaviour*. 7, pp. 35-50
- Durianto, D., Sugiarto., Sitinjak, T., 2001, *Strategy Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas Dan Perilaku Merek*, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gregg, D.G. & Walczak, S. (2010, March). The Relationship Between Website Quality, Trust, And Price Premiums At Online Auctions, *Journal Electronic Commerce Research* 10(1), pp 1-25.
- Hur *et al.* (2011). A Structural Model of the Relationships Between Sport Website Quality, E-Satisfaction, and E-Loyalty. *Journal of Sport Management*. 25, pp. 458-473.
- Mowen, John C and Minor Michael, 2002, *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Erlangga
- Mutaz, M., 2015, "Consumer attitudes towards online shopping". *Internet Research*, Vol. 25 Iss 5 pp. 707-733.
- Peter, J. Paul and Olson, Jerry c, 2005, *Consumer Behavior and Marketing Strategy Seventh Edition*, New York: MC Graw Hill
- Pratiwi, H.D., 2012, Pengaruh Reputasi Perusahaan dan Kualitas Website Terhadap Tingkat Kepercayaan Konsumen Dalam Bertransaksi

Secara *Online* (Studi pada Konsumen *Ongisnadestore.com*).
<http://www.academia.edu/3844914/> diakses pada 14 November 2016.

Sadeh *et al.* ,2012, The Effects of Website Quality Dimension on Customer Satisfaction in E-Retailing System.Middle-East *Journal of Scientific Research*. 10(3), pp. 366-369.

Shih, Hung Pin, 2002, *An Empirical Study On Predicting User Acceptance Of E-Shopping On The Web*, Elsevier.

Schiffman, L.G. & Kanuk, L.L.,2007, *Consumer Behaviour 7th Edition*. New Jersey : Prentice Hall International.

Schiffman, L.G & Kanuk, L.L., 2004, *Consumer Behavior International Edition Eighth Edition*. Pearson Prentice Hall: USA.

Sugiyono, 2012, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Sumarwan *et al.* (2007, Oktober) Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan *Online*, *Jurnal Manajemen dan Agribisnis*. 4(2), pp. 67-810.

Suryani, Tatik, 2008, *Perilaku Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Warayuanty, W., 2014, Pengaruh Gaya Hidup Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Melalui Situs Belanja *Online* Di Indonesia (Studi Pada Kaskus, Tokobagus, Dan Berniaga Tahun 2013-2014).
<https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/warayuanty/> diakses pada 02 Desember 2016.