

## BAB 5

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya maka dapat dibuat beberapa kesimpulan yang diperoleh yaitu:

1. *Perceived information quality* berpengaruh secara signifikan terhadap *perceived value*, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama yang ada dalam penelitian ini diterima
2. *Perceived information quality* berpengaruh secara signifikan terhadap *loyalty intention*, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua yang ada dalam penelitian ini diterima
3. *Perceived value* berpengaruh secara signifikan terhadap *loyalty intention*, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga yang ada dalam penelitian ini diterima
4. *Perceived value* dapat memediasi *perceived information quality* secara signifikan terhadap *loyalty intention*, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis keempat yang ada dalam penelitian ini diterima

#### 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian secara keseluruhan yang diperoleh, dapat disimpulkan menjadi beberapa saran sebagai berikut:

1. *Fashion store website* dianjurkan untuk dapat terus berkembang dalam memberikan informasi yang tepat waktu, seperti tren yang sedang atau akan berlangsung sehingga dapat memudahkan pengguna dalam mencari dan mendapatkan produk fashion terbaru yang diinginkannya.

2. *Fashion store website* diharapkan dapat menyediakan produk yang bermanfaat dan memiliki harga yang sesuai dengan yang dibayarkan oleh pengguna *website*, sehingga pengguna *website* merasa puas atas produk yang dibelinya.
3. *Fashion store website* disarankan dapat menyediakan informasi yang lengkap tentang produk yang disediakan dan harga yang diberikan sesuai, serta penambahan fitur-fitur yang menarik seperti produk yang sering dilihat atau produk favorit yang sering dibeli, sehingga pengguna tertarik untuk datang kembali dan melakukan pembelian ulang.
4. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk dapat menggunakan sampel yang lebih besar di luar kota Surabaya agar cakupan hasil penelitiannya dapat lebih luas dan akurat.
5. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneliti dengan kategori *website* yang lain agar dapat memperoleh hasil yang bervariasi

## DAFTAR PUSTAKA

- C. Liu, K.P. Arnett., 2000, “Exploring the factors associated with Web site success in the context of electronic commerce”, *Information & Management*, Vol.38, pp. 23-33.
- D. Grewal *et al.*, 2003, “The Internet And The Price – Value – Loyalty Chain”, *Journal of Business Research*, Vol. 56, pp. 391-398.
- Dina Ribbink *et al.*, 2004, “Comfort Your Online Customer: Quality, Trust, and Loyalty On The Internet”, *Managing Service Quality*, Vol. 14, No. 6, pp. 446-456.
- D. Savitrie., 2008, *Pola Perilaku Pembelian Produk Fashion pada Konsumen Wanita*. Jakarta: UI.
- Douglas, A.L., Marchal, W.G., dan Wathen, S.A., 2014, *Teknik-Teknik Statistika dalam Bisnis dan Ekonomi*, Jakarta: Salemba Empat.
- F. F. Reichheld *et al.*, 2000, “E-customer loyalty – applying the traditional rules of business for online success”, *European Business Journal*, pp. 173-179.
- Ghozali, Imam, & Fuad., 2014. *Structural equation modeling: Teori, konsep, dan aplikasi dengan program lisrel 9.10*, Semarang: Universitas Diponegoro.
- H. Miller., 1996, “The Multiple Dimensions Of Information Quality”, *Information Systems Management*, Vol. 13, No.2, pp. 79-82.

- H. Kim, L.S. Niehm., 2009, "The Impact of Website Quality on Information Quality, Value, and Loyalty Intentions in Apparel Retailing", *Journal of Interactive Marketing* Vol. 23, pp. 221-233.
- Hung-Chang Chiu, Yi-Ching Hsieh & Ching-Yi Kao.,2005,"Website Quality and Customer's Behavioural Intention: an exploratory study of the role of information asymmetry", *Total Quality Management & Business Excellence*, Vol. 16, No. 2, pp. 185-197.
- H. Siagian dan E. Cahyono., 2014 , "Analisis Website Quality, Trust dan Loyalty Pelanggan Online Shop", *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol.8, No.2, pp.55-61.
- J. Chuan-Chuan Lin, H. Lu., 2000, "Towards an understanding of the behavioural intention to use a website", *International Journal of Information Management*, Vol. 20, pp. 197-208.
- Jackie L.M. Tam., 2004, "Customer Satisfaction, Service Quality and Perceived Value: An Integrative Model", *Journal of Marketing Management*, Vol. 20, No. 7-8, pp. 897-917.
- M. L. Li dan R. D. Green., 2011, "A mediating influence on customer loyalty: The role of perceived value", *Journal of Management and Marketing Research*, pp. 1-12.
- Melisa dan S. Candra., 2014, *Analisis Pengaruh Perceived Information Quality dan Perceived E-Service Quality Terhadap Perceived Value Serta Dampaknya Terhadap Loyalty Intention pada [WWW.CEKAJA.COM](http://WWW.CEKAJA.COM)*, Jakarta: Universitas Bina Nusantara.

- P.G. Patterson dan R. A. Spreng., 1997, "Modelling the relationship between perceived value, satisfaction and repurchase intentions in a business to business, services context: an empirical examination", *International Journal of Service*, Vol. 8, No. 5, pp. 414-434.
- Richard Y. Wang dan Diane M. Strong., 1996, "Beyond Accuracy: What Data Quality Means to Data Consumers", *Journal of Management Information Systems*, Vol.12, No.4, pp.5-34.
- Ramadiani., 2010, "SEM dan LISREL untuk Analisis Multivariate", *Jurnal Sistem Informasi*, Vol. 2, NO. 1, pp. 179-188.
- R. Nasution., 2003, "Teknik Sampling", *USU digital library*, Universitas Sumatera Utara.
- S.S. Srinivasan *et al.*, 2002, "Customer loyalty in e-commerce: an exploration of its antecedents and consequences", *Journal of Retailing*, Vol. 78, pp. 41–50.
- Umar H., 1999, *Metodologi Penelitian: Aplikasi dalam Pemasaran*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- V. A. Zeithaml., 1988, "Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence", *Journal of Marketing*, Vol. 52, pp.2-22.
- Venkatesh et al., 2012, "Consumer Acceptance And Use Of Information Technology: Extending The Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology", *MIS Quarterly*, Vol. 36, No. 1, pp. 157-178.

W. Reinartz dan V. Kumar., 2002, “The Mismanagement of Customer Loyalty”, *Harvard Business School Publishing Corporation*, pp. 4-12.

Y. Salaun, K. Flores., 2001, “Information quality : meeting the needs of the consumer”, *International Journal of Information Management*, Vol. 21, pp. 21-37.

<http://tekno.kompas.com/read/2015/03/26/14053597/Pengguna.Internet.Indonesia.Tembus.88.Juta>, 2015 Diakses Tanggal 16-02-2016, Pukul 16.00 WIB.

<http://swa.co.id/business-research/bmi-research-pasar-belanja-online-di-tahun-2015-semakin-menarik> Diakses Tanggal 16-02-2016, Pukul 16.10 WIB.

<http://kingpromosi.com/all-tips/inilah-6-produk-terlaris-dan-paling-dicari-di-online-shop-indonesia/> Diakses Tanggal 15-03-2016, Pukul 12.00 WIB.

<http://toffeedev.com/10-hal-yang-harus-di-miliki-website-e-commerce-anda/> Diakses Tanggal 15-03-2016, Pukul 12.40 WIB.