

BAB IV

PENUTUP

Bab ini menjelaskan kesimpulan serta saran dari hasil penelitian tentang pengaruh *e-service quality* dan diskon terhadap keputusan pembelian dengan *e-trust* sebagai variabel *intervening* (studi pada pengguna *marketplace* Blibli di Kota Semarang).

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang melibatkan 97 responden, berikut adalah kesimpulan yang dapat diambil oleh peneliti:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *e-service quality* terhadap *e-trust* pada pengguna *marketplace* Blibli. Hal ini menunjukkan bahwa apabila *e-service quality* mengalami perubahan semakin baik maka *e-trust* konsumen juga mengalami perubahan semakin tinggi.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara diskon terhadap *e-trust* pada pengguna *marketplace* Blibli. Hal ini menunjukkan bahwa apabila diskon mengalami perubahan semakin tinggi maka *e-trust* juga mengalami perubahan semakin tinggi.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *e-service quality* terhadap keputusan pembelian pada pengguna *marketplace* Blibli. Hal ini menunjukkan bahwa apabila *e-service quality* mengalami perubahan semakin baik maka keputusan pembelian juga mengalami perubahan semakin tinggi.
4. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara diskon terhadap keputusan pembelian pada pengguna *marketplace* Blibli. Hal ini menunjukkan

bahwa apabila diskon mengalami perubahan semakin tinggi maka keputusan pembelian juga mengalami perubahan semakin tinggi.

5. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *e-trust* terhadap keputusan pembelian pada pengguna *marketplace* Blibli. Hal ini menunjukkan bahwa apabila *e-trust* mengalami perubahan semakin tinggi maka keputusan pembelian juga mengalami perubahan semakin tinggi.
6. *E-trust* mampu memediasi pengaruh antara *e-service quality* terhadap keputusan pembelian pada pengguna *marketplace* Blibli. Hal ini menunjukkan bahwa *e-trust* dapat memengaruhi pengaruh *e-service quality* terhadap keputusan pembelian sehingga apabila *e-service quality* yang diberikan Blibli mengalami perubahan, maka *e-trust* pengguna Blibli akan berubah dan keputusan pembelian pengguna Blibli juga berubah. Berdasarkan hasil penelitian, pengaruh variabel *e-service quality* terhadap keputusan pembelian yang awalnya signifikan (sebelum memasukkan variabel *e-trust*) menjadi tetap signifikan setelah memasukkan variabel *e-trust* ke dalam model. Oleh karena itu, variabel *e-trust* sebagai mediasi pengaruh *e-service quality* terhadap keputusan pembelian dikatakan sebagai variabel mediasi parsial.
7. *E-trust* mampu memediasi pengaruh antara diskon terhadap keputusan pembelian pada pengguna *marketplace* Blibli. Hal ini menunjukkan bahwa *e-trust* dapat memengaruhi pengaruh diskon terhadap keputusan pembelian sehingga apabila diskon yang diberikan Blibli mengalami perubahan, maka *e-trust* pengguna Blibli akan berubah dan keputusan pembelian pengguna Blibli juga berubah. Berdasarkan hasil penelitian, pengaruh variabel *e-service quality*

terhadap keputusan pembelian yang awalnya signifikan (sebelum memasukkan variabel *e-trust*) menjadi tetap signifikan setelah memasukkan variabel *e-trust* ke dalam model. Oleh karena itu, variabel *e-trust* sebagai mediasi pengaruh *e-service quality* terhadap keputusan pembelian dikatakan sebagai variabel mediasi parsial.

4.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, berikut adalah saran yang bisa diajukan:

1. Berdasarkan hasil rekapitulasi terdapat beberapa item pertanyaan dari variabel *e-service quality* yang masih di bawah rata-rata. Item pertanyaan yang di bawah rata-rata yaitu pemenuhan janji *marketplace* Blibli tentang ketersediaan produk *fashion*. Saran yang dapat diberikan yaitu sebaiknya Blibli memastikan persediaan produk di gudang Blibli agar selalu tersedia seperti yang ditampilkan pada etalase aplikasi Blibli. Item pertanyaan yang di bawah rata-rata lainnya yaitu kemudahan menggunakan *marketplace* Blibli untuk menemukan produk *fashion* yang dibutuhkan. Saran yang dapat diberikan yaitu sebaiknya Blibli meningkatkan sistem pencarian produk *fashion* dengan menampilkan ikon-ikon kategori *fashion* pada tampilan awal Blibli setelah pengguna membuka aplikasi. Penampilan ikon kategori *fashion* sebaiknya dilakukan secara lebih spesifik seperti menampilkan ikon kategori *fashion* anak, ikon *fashion sports*, dan ikon kategori aksesoris sehingga pelanggan dapat lebih mudah menemukan produk *fashion* sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka. Item pertanyaan yang di bawah rata-rata lainnya yaitu kelangsungan berjalannya sistem *marketplace* Blibli saat digunakan. Saran yang dapat diberikan yaitu sebaiknya Blibli dapat

menyederhanakan sistem operasional aplikasinya sehingga pelanggan dapat mengakses Blibli dengan lebih stabil dan konsumen dapat langsung menggunakan aplikasi ketika membukanya.

2. Berdasarkan hasil rekapitulasi terdapat beberapa item pertanyaan dari variabel diskon yang masih di bawah rata-rata. Item pertanyaan yang di bawah rata-rata yaitu variasi produk *fashion* yang mendapat diskon oleh *marketplace* Blibli. Saran yang dapat diberikan yaitu sebaiknya Blibli lebih memperbanyak varian produk *fashion* yang mendapat voucher diskon seperti diskon pada *fashion* anak, *fashion* wanita, dan *fashion* pria. Item pertanyaan lainnya yang di bawah rata-rata yaitu besarnya diskon produk *fashion* oleh *marketplace* Blibli. Saran yang dapat diberikan sebaiknya Blibli lebih memperbesar voucher diskon produk *fashion* seperti voucher diskon hingga 70% pada tanggal kembar agar pelanggan membeli produk di Blibli.
3. Berdasarkan hasil rekapitulasi terdapat beberapa item pertanyaan dari variabel *e-trust* yang masih di bawah rata-rata. Item pertanyaan yang di bawah rata-rata yaitu kepercayaan konsumen terhadap kompetensi Blibli dalam memberikan kemudahan proses bertransaksi produk *fashion*. Konsumen merasa User Interface Blibli membingungkan. Saran yang dapat diberikan yaitu sebaiknya Blibli menyederhanakan tampilan grafis yang berhubungan dengan proses transaksi belanja agar pelanggan mudah melakukan pembelian. Penyederhanaan tampilan grafis dapat dilakukan dengan menampilkan proses transaksi produk secara terpisah, tidak tergabung dengan daftar pesanan tagihan dan isi ulang, toko Bliblimart, dan Blibli Instore. Item pertanyaan yang di bawah

rata-rata lainnya yaitu kepercayaan konsumen terhadap keterampilan Blibli untuk memberikan beragam pilihan produk fashion. Konsumen merasa kurang banyak pilihannya sehingga kurang percaya. Saran yang dapat diberikan sebaiknya Blibli dapat bekerja sama dengan lebih banyak toko *fashion* sehingga konsumen dapat memilih produk *fashion* lebih banyak.

4. Berdasarkan hasil rekapitulasi terdapat beberapa item pertanyaan dari variabel keputusan pembelian yang masih di bawah rata-rata. Item pertanyaan yang di bawah rata-rata yaitu niat dalam merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli produk fashion menggunakan marketplace Blibli. Konsumen yang merasa Blibli tidak begitu populer, ada beberapa barang yang mahal, ada perasaan ragu, dan lebih memilih merekomendasikan *marketplace* lain yang digunakan banyak orang. Saran yang dapat diberikan yaitu sebaiknya Blibli lebih meningkatkan sistem pelayanan dengan selalu memeperbarui stok produk di tokonya dan memperbesar diskon agar Blibli lebih dikenal di masyarakat serta konsumen yakin untuk memberikan rekomendasi kepada orang lain. Item pertanyaan yang di bawah rata-rata lainnya yaitu kebiasaan membeli produk *fashion* menggunakan Blibli. Beberapa konsumen merasa tidak terbiasa membeli produk *fashion* menggunakan Blibli dibandingkan *marketplace* lain dan membeli jika sedang ada diskon saja. Saran yang dapat diberikan yaitu sebaiknya Blibli dapat memperbanyak varian produk *fashion* yang mendapat diskon agar konsumen tertarik membeli dan terbiasa menggunakan Blibli.