

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian teori dan hasil penelitian yang telah dilakukan menggunakan analisis deskriptif dan verifikatif dengan menggunakan *Structural Equation Model* mengenai pengaruh *website quality* terhadap *repurchase intention* konsumen generasi z pada *website* Mister Aladin yang tergabung sebagai pengikut instagram Mister Aladin dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Gambaran *website quality*, *e-trust*, dan *repurchase intention* konsumen generasi z pada *website* Mister Aladin.

- a. *Website Quality*

Gambaran mengenai *website quality* dapat dilihat melalui dimensi-dimensinya yang terdiri dari *information quality*, *design quality*, *usability*, *interaction quality*, *service quality*, dan *system quality* yang berada pada kategori baik. Hal ini menggambarkan bahwa *website* Mister Aladin sudah menunjukkan kinerja yang baik dalam meningkatkan dan memelihara *website quality*. Dimensi yang memperoleh tanggapan tertinggi adalah *design quality*, diikuti oleh dimensi *system quality*, *usability*, *information quality*, *service quality*, dan *interaction quality*.

- b. *E-trust*

Gambaran mengenai *e-trust* dapat dilihat melalui dimensi-dimensinya yang terdiri dari *benevolence*, *security*, *privacy*, *ability*, *integrity*, *reliability*, dan *credibility* yang berada pada kategori baik. Hal ini menggambarkan bahwa *website* Mister Aladin sudah menunjukkan kinerja yang baik dalam memelihara keamanan interaksi maupun transaksi, serta memenuhi harapan konsumen. Dimensi yang memperoleh tanggapan tertinggi adalah *integrity*, diikuti oleh dimensi *benevolence*, *reliability*, *security*, *credibility*, dan *privacy*.

- c. *Repurchase Intention*

Gambaran mengenai *repurchase intention* dapat dilihat melalui dimensi-dimensinya yang terdiri dari *explorative interest*, *transactional interest*, *preferential interest*, dan *referential interest* yang berada pada kategori baik.

Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen generasi z pada *website* Mister Aladin memiliki minat yang tinggi untuk melakukan pembelian ulang di *website* Mister Aladin. Dimensi yang memperoleh tanggapan tertinggi adalah *referential interest*, diikuti oleh dimensi *explorative interest*, *transactional interest*, dan *preferential interest*.

2. Pengaruh *website quality* terhadap *repurchase intention* melalui *e-trust* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap konsumen generasi z pada *website* Mister Aladin, hal tersebut ditunjukkan dengan besaran nilai *Standardized Indirect Effects* dan *Standardized Indirect Effects- Two Tailed Significance* (BC) yang memenuhi tingkat signifikansi. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh tidak langsung *website quality* terhadap *repurchase intention* melalui *e-trust*. Hasil kontribusi yang diberikan variabel *website quality* paling besar dalam membentuk *repurchase intention* adalah dimensi *usability* yang berkorelasi dengan dimensi *referential interest*, dimensi yang memberikan kontribusi paling besar dalam membentuk *website quality* terhadap *e-trust* adalah dimensi *interaction quality* yang berkorelasi dengan dimensi *integrity*, dan yang memberikan kontribusi paling besar dalam membentuk variabel *e-trust* terhadap *repurchase intention* adalah dimensi *benevolence* yang berkorelasi dengan dimensi *explorative interest*.
3. *Website quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *e-trust* konsumen generasi z pada *website* Mister Aladin, hal tersebut ditunjukkan dengan besaran nilai *critical ratio* yang lebih besar dari nilai minimal, artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel *website quality* terhadap *e-trust* secara parsial.
4. *E-trust* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention* konsumen generasi z pada *website* Mister Aladin, hal tersebut ditunjukkan dengan besaran nilai *critical ratio* yang lebih besar dari nilai minimal, artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel *e-trust* terhadap *repurchase intention* secara parsial.
5. *Website quality* terhadap *repurchase Intention* tidak memiliki pengaruh positif dan tidak adanya pengaruh signifikan pada konsumen generasi z pada *website*

Mister Aladin, hal tersebut ditunjukkan dengan besaran nilai *critical ratio* yang lebih kecil dari nilai minimal.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian. Penulis merekomendasikan beberapa hal mengenai pengaruh *website quality* terhadap *repurchase intention* melalui *e-trust* sebagai berikut:

1. Gambaran *website quality* terhadap *repurchase intention* melalui *e-trust* konsumen generasi z pada *website* Mister Aladin
 - a. *Website quality* terhadap konsumen generasi z pada *website* Mister Aladin secara keseluruhan cukup baik, namun terdapat salah satu aspek yang perlu ditingkatkan berdasarkan ketercapaian yang mendapatkan penilaian paling rendah. Dimensi *interaction quality* merupakan dimensi *website quality* yang memiliki persentase ketercapaian terendah dibandingkan dimensi lainnya, kondisi tersebut harus diperhatikan oleh perusahaan. Berdasarkan kondisi tersebut, peneliti memberikan rekomendasi untuk meningkatkan fitur interaktif yang menarik, fitur-fitur seperti formulir interaktif, tombol *call-to-action* yang menonjol, *polling*, atau survei untuk meningkatkan interaksi dengan pengguna, fitur-fitur ini dapat memotivasi pengguna untuk terlibat lebih aktif. Selanjutnya, Mister Aladin dapat mengintegrasikan sosial media, contohnya konten *short video* yang saat ini sedang *booming* kedalam *website* Mister Aladin sesuai dengan relevansi konten yang ada pada *website*.
 - b. *E-trust* terhadap konsumen generasi z pada *website* Mister Aladin secara keseluruhan cukup baik, namun namun terdapat salah satu aspek yang perlu ditingkatkan berdasarkan ketercapaian yang mendapatkan penilaian paling rendah. Dimensi *privacy* merupakan dimensi *e-trust* yang memiliki persentase ketercapaian terendah dibandingkan dimensi lainnya, hal ini berarti tingkat perlindungan data konsumen pada *website* Mister Aladin masih perlu ditingkatkan. Berdasarkan kondisi tersebut peneliti memberikan rekomendasi untuk memberikan kebijakan privasi yang jelas dan mudah dimengerti, sehingga konsumen

- menjadi paham terkait data apa saja yang dapat diakses oleh *website* Mister Aladin. Selanjutnya melakukan dan meningkatkan enkripsi data, hal ini dilakukan agar konsumen dapat merasa aman karena tidak bisa diakses oleh pihak eksternal manapun.
- c. *Repurchase intention* terhadap konsumen generasi z pada *website* Mister Aladin secara keseluruhan cukup baik, namun namun terdapat salah satu aspek yang perlu ditingkatkan berdasarkan ketercapaian yang mendapatkan penilaian paling rendah. Dimensi *preferential interest* merupakan dimensi *repurchase intention* yang memiliki persentase ketercapaian terendah dibandingkan dimensi lainnya, hal ini berarti konsumen dalam memprioritaskan pilihan utamanya terhadap *website* Mister Aladin masih perlu ditingkatkan. Berdasarkan kondisi tersebut peneliti memberikan rekomendasi untuk menciptakan program loyalitas, implementasi dari program loyalitas seperti diskon, poin, hadiah, atau keuntungan lainnya yang dapat merangsang konsumen untuk terus menggunakan *website* Mister Aladin.
2. Hasil penelitian menyatakan bahwa *website quality* secara tidak langsung memengaruhi *repurchase intention* melalui *e-trust*, dengan demikian peneliti menyarankan kepada Mister Aladin untuk senantiasa mempertahankan, mengelola, dan memaksimalkan keberadaan dua variabel yaitu *website quality* melalui *information quality*, *design quality*, *usability*, *interaction quality*, *service quality*, dan *system quality* serta *e-trust* melalui *benevolence*, *security*, *privacy*, *ability*, *integrity*, *reliability*, dan *credibility* guna mengoptimalkan *website* Mister Aladin dan meningkatkan kepercayaan pada *website* Mister Aladin sehingga dapat meningkatkan *repurchase intention*.
 3. Pengaruh *website quality* menunjukkan hasil yang positif dan signifikan terhadap *e-trust* secara parsial, dengan demikian peneliti merekomendasikan Mister Aladin untuk tetap mempertahankan dan meningkatkan *website quality* dengan persepsi positif melalui *information quality*, *design quality*, *usability*, *interaction quality*, *service quality*, dan *system quality* agar dapat meningkatkan tingkat kunjungan *website quality*

dan konsumen bersedia menghabiskan waktu lebih lama untuk berselancar di *website* Mister Aladin.

4. Pengaruh *e-trust* menunjukkan hasil yang positif dan signifikan terhadap *repurchase intention* secara parsial, dengan demikian peneliti merekomendasikan Mister Aladin untuk tetap mempertahankan dan meningkatkan *e-trust* dengan persepsi positif melalui *benevolence*, *security*, *privacy*, *ability*, *integrity*, *reliability*, dan *credibility* untuk dapat meningkatkan tingkat kepercayaan konsumen secara keseluruhan.
5. Pengaruh *website quality* tidak memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *repurchase intention*, dengan demikian peneliti merekomendasikan *website* Mister Aladin untuk meningkatkan kualitas desain yang menarik dan responsif, meningkatkan kualitas konten sehingga dapat lebih relevan dan informatif yang akan memberikan nilai tambah. Selanjutnya Mister Aladin dapat mengoptimasi SEO (*Search Engine Optimization*) agar dapat meningkatkan tingkat *repurchase intention*.
6. Kelemahan pada penelitian ini salah satunya adalah hanya dilakukan pada satu waktu (*cross sectional*) sehingga terdapat kemungkinan perilaku individu yang cepat berubah dari waktu ke waktu, selain itu variabel yang digunakan dalam penelitian ini belum mewakili seluruh faktor-faktor yang berpengaruh terhadap *repurchase intention*. Pada penelitian selanjutnya penulis merekomendasikan untuk memperbaharui teori dan faktor-faktor yang digunakan pada *website quality* dan *e-trust*.