

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang telah dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh anteseden kepercayaan pada situs CGM terhadap loyalitas penggunanya, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian hipotesis pertama membuktikan bahwa terdapat pengaruh langsung (*direct effect*) dan positif di antara konstruk *source credibility* dan *website trust*. Hal ini menunjukkan pengguna memercayai konten dari pengulas yang dianggap ahli atau memiliki pengalaman sebelumnya. Pengulas pada Tripadvisor dianggap memberikan pengetahuan dan melaporkan informasi yang akurat, tulus dan transparan secara konsisten sehingga membangun keaslian yang menimbulkan kredibilitas sumber yang meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap website Tripadvisor. Selain itu, kurangnya koneksi iklan atau sponsor juga memberi kesan kejujuran dan kepedulian terhadap kepentingan pengguna, bukan keuntungan komersial.
2. Hasil pengujian hipotesis kedua membuktikan bahwa terdapat pengaruh langsung (*direct effect*) dan positif di antara konstruk *information quality* dan *website trust*. Hal ini menunjukkan konsumen yang akan melakukan perjalanan wisata menemukan informasi dari ulasan yang terpercaya, terkini, berguna, cukup lengkap dan relevan yang memenuhi kebutuhan informasi mereka, sehingga konsumen memercayai Tripadvisor, karena mereka menganggapnya berasal dari pelanggan asli dan bukan dari sumber informasi yang bias. Pengalaman dan cerita pribadi pengulas yang sesuai dengan kebutuhan pengguna menciptakan rasa transparansi dan keaslian yang menumbuhkan kepercayaan.
3. Hasil pengujian hipotesis ketiga membuktikan bahwa terdapat pengaruh langsung (*direct effect*) dan positif di antara konstruk *website quality* dan *website trust*. Hal ini menunjukkan bahwa situs Tripadvisor menarik secara visual dan dirancang secara profesional memberikan kesan bahwa pembangunan *website* dilakukan dengan penuh perhatian dan upaya,

sehingga meningkatkan rasa kepercayaan dari pengguna. Kecepatan pemuatan yang baik, interaktivitas yang lancar, dan navigasi situs yang mudah menciptakan persepsi tentang *website* Tripadvisor dikelola secara efisien dan dikembangkan dengan baik meningkatkan kepercayaan terhadap konten yang ada di dalamnya dan *platform* secara keseluruhan.

4. Hasil pengujian hipotesis keempat membuktikan bahwa terdapat pengaruh langsung (*direct effect*) dan positif di antara variabel *website trust* dan loyalitas. Hal ini menunjukkan pengguna menganggap Tripadvisor adalah *website* yang dapat dipercaya, sehingga memungkinkan mereka untuk mengunjungi secara rutin dan terus menggunakan situs tersebut dari waktu ke waktu. Kepercayaan menciptakan kenyamanan dan keyakinan untuk berulang kali kembali ke Tripadvisor. Kurangnya kepercayaan tentu membuat pengguna khawatir dan enggan berkunjung lagi. Dengan munculnya rasa kepercayaan mereka lebih terbuka untuk menerima informasi dan saran yang diberikan di dalamnya. Hal ini semakin memperkuat loyalitas karena pengguna akan menghargai dan terus menggunakan situs secara percaya diri.
5. Hasil pengujian hipotesis kelima membuktikan bahwa terdapat pengaruh tidak langsung (*indirect effect*) yang positif pada variabel *source credibility* dan loyalitas dengan *website trust* sebagai mediasi. Kredibilitas sumber mengacu pada keahlian dan kepercayaan pengulas yang memberikan informasi pada *website* Tripadvisor. Karena sumber dianggap sangat kredibel, sehingga hal itu membangun kepercayaan pengguna terhadap *website*. Kepercayaan ini menciptakan kenyamanan dan keterikatan yang membuat pengguna setia bergantung dan kembali menggunakan *website* (*loyal*).
6. Hasil pengujian hipotesis keenam membuktikan bahwa terdapat pengaruh tidak langsung (*indirect effect*) yang positif pada variabel *information quality* dan loyalitas dengan *website trust* sebagai mediasi. Informasi pada *website* Tripadvisor yang berdasarkan kisah langsung dari pengulas menciptakan persepsi transparansi dan keaslian. Keaslian ini menumbuhkan rasa percaya dan ikatan emosional yang mendorong loyalitas konsumen.

7. Hasil pengujian hipotesis ketujuh membuktikan bahwa terdapat pengaruh tidak langsung (*indirect effect*) yang positif pada variabel *website quality* dan loyalitas dengan *website trust* sebagai mediasi. Hal ini menunjukkan bahwa *website* Tripadvisor berkualitas tinggi seperti mudah digunakan dan menarik secara visual membentuk sikap percaya dan ikatan emosional, yang mendorong sikap loyalitas dalam jangka panjang.

5.2 Keterbatasan dan Saran

5.2.1 Keterbatasan

Pelaksanaan pada penelitian ini masih memiliki keterbatasan, seperti:

1. Peneliti menyadari variabel yang ada dalam penelitian ini masih sangat terbatas yaitu hanya terdapat tiga variabel eksogen, satu variabel mediasi, dan satu variabel endogen.
2. Pemilihan sampel hanya ditunjukkan kepada pengguna CGM dari *website* Tripadvisor saja, sehingga hasil belum dapat digeneralisasikan bagi pengguna CGM pada *website* lain
3. Pengukuran penelitian ini hanya berdasar dari hasil kuesioner yang disebar melalui *google form* atau secara *online*, dimana hal ini memungkinkan beberapa responden tidak mewakili populasi dan sampel yang sesuai dengan kebutuhan dalam penelitian ini.
4. Penggunaan analisis SEM-PLS dalam penelitian ini membuat nilai *R-Square* bersifat kumulatif untuk semua jalur yang terkait dengan variabel laten tertentu. Di mana artinya nilai R^2 pada variabel endogen mencakup kontribusi langsung dan tidak langsung dari semua variabel laten yang terhubung dengannya.

5.2.2 Saran

Berdasarkan keterbatasan yang terdapat dalam penelitian ini, maka berikut adalah saran yang dapat diberikan dan diterapkan untuk penelitian selanjutnya:

1. Peneliti selanjutnya diharapkan untuk dapat memperbanyak dan menambahkan variabel-variabel lain dari variabel yang telah diteliti pada penelitian ini, seperti misalnya *e-satisfaction* dimana mungkin dapat menjadi variabel yang dipengaruhi oleh variabel eksogen dan mediasi.

2. Pada penelitian selanjutnya, data penelitian diperluas dengan mengambil sampel dari semua *web* atau aplikasi yang berbasis CGM, sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasikan untuk semua *web* CGM yang ada di Indonesia.
3. Pengukuran pada penelitian selanjutnya dapat menerapkan instrumen lainnya seperti wawancara dan observasi ke lapangan, sehingga hasil dapat sesuai dengan kebutuhan dalam penelitian.
4. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan analisis variance decomposition untuk mengetahui seberapa besar setiap konstruk berkontribusi terhadap variabilitas pada variabel endogen. Hal ini nantinya memberikan gambaran persentase kontribusi pada masing-masing konstruk. Analisis regresi linear juga dapat memberikan informasi tentang kontribusi relatif atau persentase variabilitas dari masing-masing variabel independen (konstruk) terhadap variabel dependen (variabel endogen). Nilai R^2 dalam analisis regresi linear dapat diinterpretasikan sebagai persentase kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen.