

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dalam penelitian ini dapat ditarik beberapa kesimpulan yang bersifat umum mengenai *customer interface* pada bukalapak dan tokopedia. Adapun beberapa kesimpulan tersebut sebagai berikut:

1. Gambaran *customer interface* pada bukalapak diukur berdasarkan demografi, yaitu jenis kelamin, usia dan pendapatan, diperoleh informasi bahwa mayoritas responden bukalapak berjenis kelamin laki-laki, rata usia mayoritas pada usia 21-30, dan pendapatan dibawah Rp.1000.000. Berdasarkan indikator 7C (*context, content, community, customization, communication, connection, dan commerce*), *connection* menjadi indikator yang paling dinilai paling tinggi menurut responden, dan indikator *content* menjadi indikator paling lemah, sehingga harus ditingkatkan oleh bukalapak.
2. Gambaran *customer interface* pada tokopedia diukur berdasarkan demografi, yaitu jenis kelamin, usia dan pendapatan, diperoleh informasi bahwa mayoritas responden bukalapak berjenis kelamin perempuan, rata usia mayoritas pada usia 21-30, dan pendapatan dibawah Rp.1000.000 sampai Rp. 2.500.000. Berdasarkan indikator 7C (*context, content, community, customization, communication, connection, dan commerce*), *commerce* menjadi indikator yang paling unggul menurut responden, dan indikator *communication* menjadi indikator paling lemah, sehingga harus ditingkatkan oleh tokopedia
3. Berdasarkan hasil perhitungan statistik uji *Mann Whitney U Test*, tidak terdapat perbedaan preferensi yang signifikan dari Bukalapak dan Tokopedia, Karena nilai sig atau P (*probability*) sebesar 0.592 dimana lebih besar atau lebih dari batas kritis sebesar 0.05 ($0.592 > 0.05$), dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan yang telah diungkapkan, diperlukan adanya beberapa saran yang perlu dipertimbangkan dan diharapkan akan memberikan kontribusi yang berarti

untuk perusahaan Bukalapak dan Tokopedia guna meningkatkan transaksi pembelian melalui situs Bukalapak dan Tokopedia. Saran tersebut antara lain:

1. Hasil menunjukkan bahwa indikator *content* menjadi indikator yang paling lemah pada situs bukalapak, sehingga harus meningkatkannya dengan cara melengkapi informasi produk, lebih aktif dalam mengupdate informasi yang berkaitan dengan produk dan kreatif dalam mengkombinasikan tulisan, audio, gambar dan *video* disesuaikan dengan tren yang sedang ramai seperti memanfaatkan kejadian yang sedang viral untuk dijadikan konten promosi.
2. Hasil menunjukkan bahwa indikator *communication* menjadi indikator yang paling lemah pada situs tokopedia, sehingga Situs tokopedia harus berupaya untuk memperbaiki komunikasi dengan konsumen, seperti membuat fitur khusus *chat* antara konsumen dengan penjual dan lebih memaksimalkan *social media* lain untuk mendukung peningkatan jumlah pengunjung dan transaksi pada situs tokopedia.com
3. Untuk penelitian selanjutnya, jika disarankan untuk melakukan penelitian pada jenis *e-commerce* lainnya selain *marketplace* seperti iklan baris. jika akan melakukan penelitian lanjutan, disarankan menggunakan variable atau indikator lain.