BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan implementasi dan hasil uji sistem pada responden, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Sistem dibangun berdasarkan kriteria *usability* terutama pada 7C *Framework* Kearney (*content*, *convinience*, *customer care*, *communication*, *connectivity*, *community*, dan *customization*) yang dapat mewakili keseluruhan nilai *three dimension of trust*.
2. Dengan *7C Framework Kearney* sebagai acuan untuk membangun sistem, maka fitur-fitur yang dibangun agar sistem memiliki nilai *customer trust* adalah *content* (foto produk, deskripsi produk, harga, 3D *review*, informasi prosedur pemesanan transaksi, FAQ), *convinience* (menu navigasi utama, *shortcut/link* untuk fitur-fitur penting, dan *layout* yang sederhana), *customer care* (kontak, status pemesanan, *tracking*, klaim kerusakan produk), *communication* (*call center*, *chatting*), *connectivity* (kecepatan akses dengan mengkompresi gambar, ketersediaan hubungan interaksi dengan *social network*), *community* (forum komunitas), dan *customization* (*request custom product*).
3. Dengan menggunakan analisa statistik regresi linier ganda dapat diketahui bahwa sistem yang dibangun sebelum melakukan pendekatan *Three Dimension of Trust* memiliki nilai *Customer Trust* sebesar 54,8%

dan sistem yang dibangun setelah melakukan pendekatan *Three Dimension of Trust* memiliki nilai *Customer Trust* sebesar 72,9%.

5.2 Saran

Adapun saran yang dapat penulis berikan terhadap penelitian berikutnya adalah sebagai berikut ini.

1. Sistem yang dibangun telah bersifat *mobile support* sehingga dapat diakses dengan baik dan mudah melalui ponsel.
2. Sistem diuji dengan menyertakan proses transaksi langsung agar mendapatkan nilai tambahan selain nilai *trust* seperti nilai *participant* dan *loyalty*.
3. Proses desain antarmuka dengan memperhitungkan aspek desain seperti teori warna, tipografi, dan layout yang lebih baik.
4. Menyempurnakan fitur 3D *review* produk agar pengguna tidak hanya dapat melihat bagian sisi kanan dan kiri produk saja, tetapi ke seluruh sisi (kanan, kiri, atas, bawah).