KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab akhir ini, peneliti mengemukakan hasil akhir penelitian yang diperoleh setelah melakukan pengujian dan penelitian secara menyeluruh. Hasil – hasil temuan tersebut akan diringkas menjadi suatu ringkasan kesimpulan sederhana yang dapat dipahami dengan mudah.

Selain itu pada bab ini juga peneliti memaparkan saran – saran yang berasal dari pemahaman, ide, dan berbagai batasan yang peneliti peroleh saat melalui setiap tahap dan proses yang telah peneliti jalani dalam melakukan pengujian ini. Saran – saran ini adalah saran untuk perusahaan yang menjadi objek penelitian, dan juga untuk peneliti berikutnya yang akan membahas topik terkait. Peneliti berharap agar setiap temuan dan saran penelitian ini akan bermanfaat bagi penelitian selanjutnya serta bagi pihak – pihak yang membutuhkan di kemudian hari.

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh, berikut ini kesimpulan yang peneliti rangkum:

1. *Brand image* berpengaruh positif signifikan terhadap *e-commerce sites brand preference* pada situs jual beli *online* Kaskus dan Tokopedia. Sedangkan *brand image* tidak mempengaruhi *e-commerce sites brand preference* pada OLX.
2. *Brand trust* berpengaruh positif signifikan terhadap *e-commerce sites brand preference* pada situs jual beli *online* Kaskus, OLX, dan Tokopedia.
3. *Brand image* berpengaruh positif signifikan terhadap *brand trust* pada situs jual beli *online* Kaskus, OLX, dan Tokopedia.

4. *Brand image* berpengaruh positif signifikan terhadap *e-commerce sites brand preference* dimediasi oleh *brand trust* pada Kaskus dan Tokopedia. Sedangkan pengaruh *brand image* terhadap *brand trust* tidak diteruskan terhadap *brand preference* pada OLX.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang ingin peneliti sampaikan sebagai berikut:

1. Bagi Pihak Perusahaan:

a. Kaskus

Sebaiknya Kaskus menambahkan fitur-fitur yang terus memudahkan pengguna untuk melakukan transaksi jual beli. Pada umumnya pengguna menyukai situs jual beli *online* yang aman, terpercaya dan mudah untuk digunakan. Tetap pertahankan keunikan dari Kaskus yaitu budaya Kaskus. Walaupun bukan situs jual beli *online* yang unggul, Kaskus memiliki nuansa yang hidup. Hal ini dikarenakan selain Kaskus Jual Beli, Kaskus juga memiliki forum-forum untuk bertukar informasi dan berbagi cerita. Inilah keunikan Kaskus dibandingkan dengan situs jual beli *online* lainnya. Sebaiknya Kaskus terus memberikan layanan yang prima dan juga konsisten sehingga pengguna Kaskus tidak beralih ke pesaing. Setelah itu, barulah Kaskus dengan reputasi baru dipromosikan melalui media iklan.

b. OLX

Kenyataan bahwa *e-commerce* OLX mulai ditinggalkan dapat dilihat dari menurun tajamnya *Alexa Rank olx.co.id* yang diakses pada 11 Oktober 2017. Oleh karena itu OLX harus melakukan inovasi untuk membuat layanannya tetap menjadi pilihan utama dalam berbelanja *online*. Pertama yang sebaiknya dilakukan oleh OLX

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

adalah inovasi khususnya dalam keamanan bertransaksi. Hal yang dapat dilakukan misalnya dengan menambahkan fitur pembayaran melalui OLX, dimana OLX menjadi pihak perantara yang dapat menjamin barang sampai ke pembeli dan uang sampai ke penjual, mekanismenya pembeli akan mentransfer ke OLX, kemudian bila pembeli telah mendapatkan barangnya, OLX akan mentransfernya lagi ke penjual.

Kembali menggunakan *tagline* “Cara Tepat Jual Cepat”. Perubahan *tagline* OLX dari "Cara Tepat Jual Cepat" menjadi "Jual Cepat Beli Dekat" tidak perlu seakan kembali mempertegas kegunaan OLX hanya untuk transaksi yang sifatnya COD, sedangkan masih ada cara lain guna mengamankan transaksi antar penjual dan pembeli yang berjauhan, salah satunya dengan pilihan pembayaran via OLX. Transaksi di OLX hanya untuk COD.

Menampilkan artikel di halaman utama *website* OLX. OLX sendiri memiliki halaman *blog* di blog.olx.co.id. Blog tersebut berisi informasi-informasi penting baik mengenai tips berbelanja di OLX, informasi mengenai produk terbaru, gaya hidup, maupun berita-berita terkini mengenai *e-commerce*. Sebaiknya terdapat beberapa *link* dari artikel yang dimuat di *blog* OLX yang ditautkan di beranda halaman utama OLX. Ini biar dapat membuat pengunjung betah berlama-lama di *website* OLX sekaligus lebih mengenalkan keberadaan *blog* OLX ini kepada pengunjung.

OLX sebaiknya lebih selektif dalam menampilkan iklan. Iklan yang ditampilkan sebaiknya dikirim oleh akun yang memiliki informasi profil yang lengkap. Akan lebih baik bila ada penyertaan akun sosial media yang dimiliki pengiklan di halaman iklannya, ini dapat membuat pembeli lebih percaya terhadap penjual. Profil yang dimaksud bisa meliputi akun Facebook, Twitter, atau bahkan Instagram dan tidak sekedar nomor telepon.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

OLX sebaiknya membuka diri dengan mendengar masukan dari para pengguna OLX. Misalnya ketika orang mendatangi *page olx.co.id*, mereka diberikan beberapa pertanyaan survey. Ketika selesai menjawab akan ada *voucher* atau rekomendasi produk. Pertanyaan *survey* ini dapat digunakan untuk keperluan analisis pelanggan. Karena perusahaan yang maju adalah perusahaan yang mampu menjawab kebutuhan dari konsumen.

c. Tokopedia

Berdasarkan pengamatan peneliti, Tokopedia adalah situs jual beli *online* yang berkembang dan diminati oleh masyarakat meskipun jarang mengadakan promosi besar-besaran ataupun membuat *event* yang besar. Dari sini kita dapat melihat bahwa pengguna Tokopedia adalah pengguna yang loyal. Situs jual beli *online* yang sering mengadakan promosi secara besar-besaran dengan periode waktu tertentu menyebabkan pengguna menjadi tidak loyal dan beralih ke pesaing ketika masa promosi sudah berakhir.

Pertahankan kelebihan - kelebihan yang dimiliki Tokopedia seperti penampilannya yang ringan dan segar, bagian daftar produk sangat jelas, kategori yang bervariasi, serta adanya fitur harga grosir. Selain itu, adanya fitur *pre-order* untuk produk yang harus di i*mport*, karena proses ini biasanya akan memakan waktu yang lebih lama juga sangat membantu. Tokopedia dapat memperkaya konten *blog* yang berisikan beragam tips dan juga informasi yang bermanfaat untuk penjualan dan optimasi toko *online* yang menunjukkan Tokopedia peduli untuk kemajuan usaha penggunanya. Selain mempertahankan kualitas layanan yang sudah baik saat ini, sebaiknya Tokopedia terus membuat inovasi layanan sehingga menjadikan Tokopedia unik dan memiliki ciri khas tersendiri.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Dengan layanan yang prima dan keunikan yang dimiliki, Tokopedia bisa mencoba media promosi yang lebih kreatif. Sebagai contoh mengadakan seminar kewirausahaan oleh Tokopedia hingga membantu untuk membuka toko *online*. Lalu bisa juga lewat media film, dimana di dalam adegan film diceritakan mengenai pengalaman seseorang menggunakan Tokopedia, dan media promosi kreatif lainnya.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya:

Responden dalam penelitian ini menggunakan berbagai situs jual beli *online* atau poli-loyal. Untuk peneliti selanjutnya disarankan untuk melakukan replikasi dengan responden yang mono-loyal atau hanya menggunakan satu situs jual beli *online* saja untuk mengkonfirmasi hasil penelitian khususnya pada situs jual beli OLX.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.