



BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. SIMPULAN

Berikut adalah kesimpulan yang dirangkum peneliti berdasarkan hasil analisis data penelitian yang dipaparkan pada bab IV, bahwa:

1. Dengan adanya hubungan yang ditunjukkan melalui hasil uji koefisien korelasi, maka dapat diketahui bahwa terdapat hubungan keeratan yang cukup kuat antara pengaruh penggunaan website “zalora.co.id” terhadap minat belanja *online* dikalangan karyawan MNC Media.
2. Hasil analisis regresi linear sederhana yang dilakukan menunjukkan bahwa tingkat penggunaan website (variabel X) semakin tinggi, maka minat belanja *online* (variabel Y) pun juga akan semakin meningkat.
3. Terdapat pengaruh penggunaan website “zalora.co.id” terhadap minat belanja *online* di kalangan karyawan MNC Media.

B. SARAN

Adapun saran dari peneliti, berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah dilakukan dan disampaikan pada bab IV, adalah:

1. Bagi pihak pendiri website “zalora.co.id”, saat melakukan belanja *online* masyarakat tidak hanya memikirkan keefektifan dan efisiensi, khalayak sangat memperhatikan kredibilitas informasi terhadap kualitas produk yang

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.



dikomunikasikan melalui website, selain itu cepat tanggapnya *customer service* di dalam website juga harus menjadi pertimbangan utama guna meningkatkan minat belanja *online* secara kontinu. Disamping itu, isi pesan yang disampaikan dan komunikasi yang terjalin di dalam website perlu mempertimbangkan dan memahami faktor psikologis khalayaknya (seperti reaksi emosional) agar khalayak dapat memahami setiap informasi yang diterima.

Bagi peneliti yang ingin melanjutkan dan mengembangkan penelitian ini, ada baiknya dapat memilih teori mengenai pengaruh penggunaan website terhadap minat belanja *online* yang lebih spesifik. Agar dapat menjadi bahan perbandingan atau tolak ukur keobjektifan dari hasil penelitian dengan topik ini. Peneliti selanjutnya juga diharapkan dapat memperluas jumlah responden maupun keanekaragaman populasinya.

Dalam penelitian ini, membuktikan besarnya pengaruh penggunaan website “zalora.co.id” terhadap minat belanja *online* di kalangan karyawan MNC Media yaitu karyawan pada divisi redaksi Koran Sindo. Oleh sebab itu, direkomendasikan agar produsen tetap selektif dalam menimbang informasi yang ingin disampaikan di masa mendatang. Sehingga website “zalora.co.id” dapat menjadi referensi belanja *online* yang tetap dipercaya dalam penyampaian informasi mengenai produk yang ditawarkannya dibanding website *e-commerce* lainnya.

C Hak cipta milik IBI KKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.