

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan PLS untuk menguji pengaruh variabel independent (*Perceived Ease of Use* dan *Perceived Usefulness*) terhadap variabel dependen (*Customer Attitude*) dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa *Perceived Ease of Use* dapat memberikan kontribusi terhadap *Customer Attitude* pada *marketplace* Tokopedia. Semakin tinggi *Perceived Ease of Use* yang diberikan maka akan meningkatkan *Customer Attitude*.
2. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa *Perceived Usefulness* dapat memberikan kontribusi terhadap *Customer Attitude* pada *marketplace* Tokopedia. Semakin tinggi *Perceived Usefulness* yang diberikan maka akan meningkatkan *Customer Attitude*.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas maka terdapat beberapa saran yang dapat diberikan oleh peneliti untuk menjadi bahan pertimbangan atau dimanfaatkan sebagai unsur pengambilan keputusan, diantaranya sebagai berikut :

1. Tokopedia diharapkan tetap menjaga kualitas fitur yang dapat meningkatkan kemudahan bagi pelanggan dalam menggunakan Tokopedia sebagai sarana berbelanja khususnya pada fitur pencarian barang dan

pembayaran, sehingga pelanggan tidak merasa kesulitan saat bertransaksi menggunakan Tokopedia.

2. Semakin ketatnya persaingan antar *marketplace* di Indonesia, diharapkan Tokopedia membuat inovasi yang dapat menguntungkan bagi pelanggan seperti menginovasi fitur *discount* dan meningkatkan fitur bebas ongkos kirim sehingga pelanggan mendapatkan keuntungan lebih dan pelanggan merasakan keuntungan tersebut secara langsung.
3. Sebagai pertimbangan untuk penelitian berikutnya, disarankan agar menggunakan variabel lain yang belum ditampilkan dalam penelitian ini yang diduga mempengaruhi hubungan dengan *Customer Attitude*.