

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Website quality* (WebQual 4.0) terhadap Keputusan pembelian pada aplikasi Traveloka dengan *E-trust* sebagai variabel intervening. Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan analisis jalur (*path analysis*) maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Koefisien jalur a bernilai positif sebesar 0,931 dan signifikan pada taraf $p(0,000) < 0,05$ artinya *website quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *e-trust*, hipotesis pertama diterima.
2. Koefisien jalur b bernilai positif sebesar 0,288 dan signifikan pada taraf $p(0,0002) < 0,05$ artinya *e-trust* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, hipotesis kedua diterima.
3. Koefisien jalur c' bernilai positif sebesar 0,595 dan signifikan pada taraf $p(0,000) < 0,05$ artinya *website quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, hipotesis ketiga diterima.
4. Koefisien jalur c atau tidak langsung sebesar 0,268. Hasil bootstrap tertulis nilai BootLLCI (*lower level CI*) sebesar 0,1108 dan BootULCI (*upper level CI*) sebesar 0,438. Rentang tersebut tidak mencakup nilai nol, maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh signifikan dan terjadi efek mediasi Hal

tersebut menunjukkan bahwa hipotesis keempat yaitu, *website quality* berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui *e-trust*, hipotesis keempat diterima.

5. Hasil uji koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) bahwa pengaruh *website quality* (variabel independen) dan *e-trust* (variabel intervening) dapat menjelaskan sebesar 0,708 atau 70,8% terhadap keputusan pembelian (variabel dependen) angka tersebut dapat dilihat dari hasil *Adjusted R Square*. Sisanya 29,2% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
6. Berdasarkan pada hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa *website quality* yang baik akan meningkatkan *e-trust* pada konsumen untuk mempengaruhi konsumen memutuskan membeli produk.

B. Saran

Setelah melakukan beberapa pengujian, terdapat beberapa hal yang disampaikan dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan Traveloka

Dapat dilihat dari hasil penelitian bahwa *website quality*, melalui *e-trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian apabila Traveloka ingin meningkatkan penjualannya maka dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas website untuk memberikan

experience yang baik terhadap konsumen, sehingga kepercayaan elektronik konsumen akan meningkat dan mempengaruhi keputusan pembelian.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian selanjutnya sebaiknya dapat menggunakan variabel - variabel lainnya selain *website quality*, dan *e-trust*, terutama variabel yang dapat diperkirakan mempunyai tingkat pengaruh yang kuat terhadap keputusan pembelian, seperti harga dan promo produk.