

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan uraian ada bab-bab sebelumnya, maka penulis dapat menarik beberapa kesimpulan sebagai pembuktian dari hipotesis yang diajukan yaitu sebagai berikut :

1. Hasil penelitian menunjukkan uji t_{hitung} untuk variabel *Usability* (X_1) = 6,518 dengan tingkat signifikansi = 0,043, *Interactivity* (X_2) = 7,343 dengan tingkat signifikansi = 0,027, *Aesthetics* (X_3) = 5,275 dengan tingkat signifikansi = 0,041 dan *Trust* (X_4) = 15,011 dengan tingkat signifikansi = 0,000 > t_{tabel} ($n = 100$) = 1,658 yang berarti bahwa ada pengaruh yang positif dari variabel independen yaitu *Usability* (X_1), *Interactivity* (X_2), *Aesthetics* (X_3) dan *Trust* (X_4) secara parsial terhadap variabel dependen yaitu loyalitas pelanggan (Y).
2. Nilai R^2 (koefisien determinasi) menunjukkan besarnya kontribusi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dalam sebuah model. Hasil perhitungan yang disajikan pada tabel di atas menunjukkan nilai $R^2 = 0,787$. Hal ini berarti bahwa sebesar 78,7% variasi naik turunnya loyalitas pelanggan (Y) situs belanja *online* olx.co.id dipengaruhi oleh *Usability* (X_1), *Interactivity* (X_2), *Aesthetics* (X_3) dan *Trust* (X_4). Sedangkan sisanya sebesar 21,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang ada, maka disarankan kepada Situs olx.co.id

bahwa:

1. Lebih diperhatikan keseluruhan indikator-indikator dari variabel *Usability, Interactivity, Aesthetics* dan *Trust*, karena terbukti mempengaruhi loyalitas pelanggan di situs olx.co.id
2. Diharapkan situs olx.co.id melakukan peningkatan jual beli *online* di situs olx.co.id yang selalu disesuaikan kemajuan teknologi informasi yang berkembang saat ini untuk mengantisipasi persaingan antar situs jual beli *online* terutama pada pengguna situs yang diharapkan dapat memberikan referensi bagi teman-teman untuk menggunakan situs olx.co.id, dimana pada indikator ini merupakan indikator yang paling rendah pencapaian skornya terutama pada sisi *Usability* pada *web experince*.