

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis peneliti di tolak. Dan tidak ada hubungan yang positif antara *customer experience* dengan kepercayaan konsumen pada pelanggan *e commerce*. Koefisien korelasi negatif *customer experience* dengan kepercayaan konsumen sebesar $r = 0.-383$ dengan taraf signifikansi $p = 0,001$ ($p > 0,050$). Jadi hubungan antara *customer experience* dengan kepercayaan konsumen. Hubungan negative memiliki arti bahwa Semakin tinggi *customer experience* maka semakin rendah kepercayaan konsumen, dan semakin rendah *customer experience* maka semakin tinggi kepercayaan konsumen.

Faktor yang menyebabkan hipotesis dalam penelitian ini ditolak yaitu Konsumen di Indonesia ternyata memiliki perspektif yang berbeda dalam memandang pentingnya pengalaman berbelanja ini, hal ini diperkirakan karena adanya perbedaan kultur dengan konsumen yang ada pada penelitian sebelumnya yang hasil hipotesisnya positif. Selain itu kondisi subjek juga berpengaruh.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, maka saran yang dapat disampaikan yaitu sebagai berikut:

1. Bagi Subjek

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi subjek terkait pengalaman berbelanja dan kepercayaan dalam transaksi *online*. Pengguna layanan *e-commerce* yang ingin meningkatkan kepercayaan dapat dilakukan dengan meningkatkan pengalaman berbelanja.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi penelitian selanjutnya diharapkan menambah variabel lain yang dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dalam penelitiannya. Seperti yang dikemukakan Walzuch (2001) faktor pembentuk kepercayaan konsumen adalah faktor pengetahuan, faktor pengalaman, dan faktor persepsi. Dan lebih memantapkan dasar teori serta alat ukur yang di gunakan. Karakteristik pengambilan subjek juga harus benar – benar sesuai dengan yang di teliti. Penelitian juga bisa menggunakan metode lain seperti eksperimen atau memberikan pelatihan.