

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

V.1 Simpulan

Sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan, mengenai Analisis Kepuasan Pelanggan Lazada di Jakarta Selatan, peneliti mendapatkan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan pada variabel kenyamanan *online* terhadap kepuasan pelanggan Lazada di Jakarta Selatan dengan koefisien pengaruh sebesar 0.267. Artinya, kepuasan pelanggan Lazada di Jakarta Selatan timbul dari kenyamanan *online* yang diberikan oleh Lazada melalui kelengkapan informasi, kemudahan bertransaksi, serta manfaat dari menggunakan aplikasi tersebut telah sesuai dengan harapan pelanggan. Dapat ditarik kesimpulan bahwa semakin besar kenyamanan *online* yang ditawarkan oleh Lazada, maka kepuasan pelanggan akan semakin meningkat.
2. Tidak terdapat pengaruh secara signifikan pada variabel keamanan *online* terhadap kepuasan pelanggan Lazada di Jakarta Selatan dengan koefisien pengaruh sebesar 0.055. Artinya, kepuasan pelanggan Lazada di Jakarta Selatan tidak timbul dari keamanan *online* yang diberikan oleh Lazada melalui upayanya dalam menjaga keutuhan dan kerahasiaan informasi pribadi pelanggan, serta menambahkan kode otentikasi. Dapat ditarik kesimpulan bahwa semakin tinggi keamanan *online* yang diberikan oleh Lazada tidak terlalu memberi peningkatan pada kepuasan pelanggan.
3. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan pada variabel kepercayaan *online* terhadap kepuasan pelanggan Lazada di Jakarta Selatan dengan koefisien pengaruh sebesar 0.530. Artinya, kepuasan pelanggan Lazada di Jakarta Selatan timbul dari kepercayaan *online* yang diberikan oleh Lazada melalui kebajikan, integritas, dan kompetensi perusahaan yang ditawarkan. Dapat ditarik kesimpulan bahwa semakin tinggi kepercayaan *online* yang ditawarkan oleh Lazada, maka kepuasan pelanggan akan semakin meningkat.

V.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dibuat, penulis memberikan beberapa saran diantaranya sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan
 - a. Pada variabel kenyamanan *online*, Lazada dapat lebih mempermudah pelanggan dalam melakukan interaksi dengan penjual. Selain itu, Lazada juga perlu meningkatkan akurasi informasi terkait keberadaan paket pesanan pelanggan.
 - b. Pada variabel keamanan *online*, Lazada cukup mempertahankan kerahasiaan dan selalu menjamin keutuhan data pribadi pelanggan agar tidak mudah disalahgunakan oleh pihak lain.
 - c. Pada variabel kepercayaan *online*, Lazada harus memerhatikan originalitas dari setiap produk yang dijual dalam aplikasi tersebut, selain itu *costumer service* Lazada harus lebih sigap dalam menanggapi keluhan pelanggan.

2. Penelitian Selanjutnya

Pada penelitian selanjutnya penulis mengharapkan adanya penambahan variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini. Seperti: program promosi, harga, dan variasi jenis produk. Selain itu, penelitian selanjutnya diharap bisa menambah metode wawancara agar data yang didapat bisa lebih maksimal.