

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

V.1 Simpulan

Dilihat pada data analisis dan pengkajian yang telah dijelaskan dari pembahasan sebelumnya, dengan memakai media analisis *partial least square* didapat data yaitu pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan merek terhadap kepuasan pelanggan pada *e-commerce* Lazada sebagai berikut:

Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada *e-commerce* Lazada. Ini berarti bahwa kualitas pelayanan yang memiliki indikator keandalan, ketanggapan, jaminan, empati dan bukti fisik memiliki pengaruh positif dan signifikan untuk mempengaruhi kepuasan pelanggan yang dapat digunakan dalam melakukan persaingan *e-commerce* di Indonesia. Ini dibuktikan dengan adanya kontribusi terbesar dari indikator empati pada KL8 sebesar 82,6.

Kepercayaan merek berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada *e-commerce* Lazada. Ini berarti bahwa kepercayaan merek yang memiliki indikator kepercayaan, jujur dan keamanan telah sesuai, karena telah memberikan kontribusi yang positif dan signifikan untuk mempengaruhi kepuasan pelanggan. Dapat dijelaskan berupa kontribusi terbesar dari indikator keamanan KM6 sebesar 95.

Pada penelitian ini, hanya dapat digunakan untuk responden yang berdomisili di Kota Jakarta Barat dan tidak dapat dipakai untuk yang berdomisili di wilayah lain karena secara generalisasi data ini rendah, tidak dapat dipakai untuk semua wilayah.

V.2 Saran

Berdasarkan data analisis dan pembahasan yang telah dibuat serta manfaat pada penelitian ini, maka penulis dapat memberikan saran sebagai

berikut:

1. Untuk variabel kualitas pelayanan, berdasarkan hasil penelitian bahwa indikator empati pada KL8 memberikan kontribusi yang sangat besar untuk mempengaruhi variabel kepuasan pelanggan. Maka *e-commerce* Lazada perlu untuk mempertimbangkan hal-hal yang mengenai empati terhadap pelanggan, agar pelanggan nyaman ketika berbelanja pada *e-commerce* Lazada. Lalu kontribusi terendah didapat oleh indikator ketanggapan pada KL3 sebesar 74,8. Maka *e-commerce* Lazada perlu untuk memberikan perhatian khusus untuk penyelesaian masalah yang terjadi pada pelanggan agar diselesaikan dengan cepat, dengan meningkatkan kinerja *customer service* yang telah dimiliki oleh *e-commerce* Lazada.
2. Untuk variabel kepercayaan merek, berdasarkan hasil penelitian bahwa indikator keamanan pada KM6 telah memberikan kontribusi yang sangat besar untuk mempengaruhi variabel kepuasan pelanggan. Maka *e-commerce* Lazada perlu untuk mempertimbangkan hal-hal terkait dengan keamanan data konsumen yang perlu untuk ditingkatkan keamanannya agar tidak bocor kepada publik. Lalu untuk kontribusi terendah didapat oleh indikator jujur pada KM3 sebesar 65,2. Maka *e-commerce* Lazada perlu untuk meningkatkan pengawasan terhadap penjual yang ada pada *e-commerce* Lazada agar mendapatkan nilai *zero* penipuan, untuk kenyamanan pelanggan saat berbelanja.
3. Pada penelitian berikutnya, penulis mengharapkan adanya perubahan variabel Y kepuasan pelanggan menjadi loyalitas pelanggan, karena untuk variabel x yang sudah diteliti didapatkan hasil yang signifikan. Maka ketika sudah signifikan penelitian ini dapat diangkat untuk melihat apakah bisa pelanggan menjadi loyal terhadap *e-commerce* Lazada dengan variabel x yang sama atau ditambahkan dengan variabel yang lain.