

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Dari pengujian dan analisis yang dilakukan terhadap 5 dimensi *e-service quality* diperoleh hasil yang dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Keamanan (X1) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen *online* (Y), dengan demikian mendukung hipotesis 1.
2. Kemudahan penggunaan (X2) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen *online* (Y), dengan demikian mendukung hipotesis 2.
3. Desain situs (X3) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen *online* (Y), dengan demikian mendukung hipotesis 3.
4. Informasi (X4) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen *online* (Y), dengan demikian mendukung hipotesis 4.
5. Navigasi (X5) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen *online* (Y), dengan demikian mendukung hipotesis 5.

Navigasi (X5) adalah variabel yang memiliki pengaruh terbesar dalam mempengaruhi kepuasan konsumen *online* (Y). Selanjutnya berturut-turut variabel yang memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen *online* yaitu informasi (X4), desain situs (X3), keamanan (X1) dan kemudahan penggunaan (X2)

5.2. Saran

5.2.1. Bagi Praktisi

Dari hasil penelitian diperoleh hasil bahwa kelima dimensi *e-service quality* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen *online*. Oleh karena itu, bagi peritel yang berbasis *online* sebaiknya mulai memperhatikan kualitas

layanan dalam situs *web*, serta terus meningkatkan dan mengoptimalkan kualitas layanan tersebut sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Untuk meningkatkan dan mengoptimalkan kualitas layanan ada beberapa hal yang sebaiknya dilakukan, antara lain:

1. Menyediakan fasilitas navigasi *website* yang baik yang dapat membantu konsumen dalam melakukan pencarian misalnya saja dengan menyediakan kotak pencarian, pemberian petunjuk yang jelas yang dapat mewakili isi *website*, menyediakan sarana yang dapat membantu pengunjung berpindah-pindah dengan mudah dalam situs *web* serta menyediakan peta situs *website* sehingga pelanggan dapat mengetahui dimana dapat mendapatkan informasi yang terdapat dalam situs *website*.
2. Menyediakan informasi selengkap-lengkapya yang berkaitan dengan informasi mengenai fisik produk, informasi mengenai harga produk, informasi mengenai kegunaan produk, informasi mengenai jenis/ macam produk, informasi kontak serta informasi-informasi lainnya yang berkaitan dengan kegiatan transaksi dalam situs *website*.
3. Menciptakan desain situs yang menarik dan interaktif tetapi juga mudah dipahami dan dimengerti oleh konsumen. Hal ini disebabkan desain situs yang terlalu rumit dan terlalu banyak jendela atau kotak-kotak dalam halaman *web*, dapat membuat konsumen merasa bingung dan malas untuk mengakses situs *web*.
4. Meningkatkan situs keamanan dalam situs *web*. Hal ini sangat diperlukan karena dalam situs *web*, akses dapat dilakukan oleh banyak orang sehingga sistem keamanan untuk menjaga privasi masing-masing konsumen sangatlah diperlukan. Menciptakan sistem keamanan yang baik dapat dilakukan dengan cara melakukan kontrol akses sehingga hanya yang berwenang saja yang dapat mengakses informasi. Peritel

sebagai pengelola situs *web* harus memiliki kontrol penuh terhadap situs *web* misalnya dengan menggunakan sistem yang dapat melindungi data pribadi dan privasi pengunjung serta melakukan blokir untuk konten yang sifatnya berbahaya.

5. Menciptakan situs *website* yang sifatnya mudah digunakan oleh konsumen. mudah digunakan disini berarti bahwa situs *website* tersebut memiliki struktur yang tidak terlalu rumit dan mudah dipahami oleh konsumen. Selain itu, *website* sebaiknya juga mencantumkan petunjuk-petunjuk dengan jelas sehingga konsumen dapat dengan mudah menemukan informasi yang dibutuhkannya.

5.2.2. Bagi Peneliti Selanjutnya

1. Dalam mengembangkan penelitian ini, peneliti selanjutnya dapat meneliti dimensi-dimensi *e-service quality* lainnya yang tidak terdapat dalam penelitian ini, seperti misalnya estetika, personalisasi, dukungan pelanggan, fasilitas pengembalian, dan keandalan
2. Dalam mengembangkan penelitian ini, peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel-variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini yang dapat berpotensi mempengaruhi kepuasan konsumen *online*, seperti misalnya variabel kepercayaan dan pemulihan kegagalan.
3. Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan hubungan yang tidak terdapat dalam penelitian ini, seperti misalnya hubungan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Alanezi, M. A., Kamil, A. dan Basri, S., 2010, A Proposed Instrument Dimensions for Measuring E-Government Service Quality, *International Journal of u- and e- Service, Science and Technology*, Vol. 3, No. 4, December: pp 1-18.
- Anggara, N., 2012, E-Retailing, diakses pada 14 April, 2013, <http://serenadeyourbreath.wordpress.com>.
- Anindya, M., 2013, Layanan Konsumen Komoditas Utama Berbisnis di Toko Online, diakses 29 Agustus, 2013, <http://netpreneur.co.id>.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2012, Pengguna internet Indonesia 2012 Capai 63 Juta Orang, diakses 12 April, 2013, <http://www.apjii.or.id>.
- E-Business, 2013, diakses 15 Februari, 2014, <http://id.wikipedia.org>.
- Durianto, D., Sugiarto dan Sitinjak, T., 2001, *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas Dan Perilaku Merek*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, I., 2007, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. dan Anderson, R. E., 2010, *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective, Seventh Edition*, Pearson Prentice Hall.
- Hari, 2013, Beberapa Alasan Konsumen Memilih Toko Herbal Murah Online, diakses 30 Agustus, 2013, <http://jasaseo-takasimurah.blogspot.com>.

- Harmawanto, E., 2012, Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan, diakses 16 April, 2013, <http://erwanharmawanto.blogspot.com>.
- Hosseini, M. H., Nejad, L. R. dan Hosseini, S. H., 2012, The Effect of E-Service Quality Dimensions on Online Customer Satisfaction, *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, Vol. 6, No. 9, pp 236-241.
- Jalal, O. M., 2013, Mengenal Siapa Itu Generasi Y, 20 Oktober, 2013, <http://manajemenppm.wordpress.com>.
- Kementrian Perdagangan Republik Indonesia, 2013, Bisnis Online Berkembang, Jasa Ekspedisi Ditantang, Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri, diakses 12 April, 2013, <http://ditjenpdn.kemendag.go.id>
- Komponen penting dalam web toko online, 2012, diakses 28 Juli, 2013, <http://gustibogor.blogspot.com>.
- Kotler, P., 2002, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium, Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Kotler, P. dan Amstrong, G., 2008, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Terjemahan Bob Sabran, M.M., 2006, Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kuncoro, M., 2003, *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*, Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Li, H., Liu, Y. dan Suomi, R., 2009, Measurement of Service Quality: An Empirical Study on Online Travel Service, *Journal of 17th European Conference on Information Systems*, pp 1-13.
- Londong, D., 2012, Kualitas Pelayanan, diakses 9 Juni, 2013, <http://dedylondong.blogspot.com>.
- Lovelock, C., Wirtz, J. Dan Mussry, J., 2010, *Pemasaran Jasa: Manusia, Teknologi, Strategi*, Jilid 1, Edisi 7, Jakarta: Penerbit Erlangga.

- Lupiyoadi, R., 2001, *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik*, Edisi Pertama, Jakarta: Salemba Empat.
- Nugraha, D., 2011, Faktor-faktor Anteseden Loyalitas Pelanggan, diakses 9 Juni, 2013, <http://dipanugraha.blog.com>.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. dan Malhotra, A., 2005, E-S-QUAL, A Multiple-Item Scale for Assessing Electronic Service Quality, *Journal of Service Research*, Vol. 7 No. 10, Februari: pp 1-21.
- Purnama, P. B., 2004, Layout dan Metode Navigasi *Web*, diakses 29 Oktober, 2013, <http://www.designmagz.com>.
- Purwanti, D., 2008, Pengertian Website, diakses 16 April, 2013, <http://deeyaan.blogspot.com>.
- Rizal, 2009, E-Retailing, diakses 16 April, 2013, <http://rizaltheblog.blogspot.com>.
- Sadeh, S., Sadeh, E., Mousavi L. dan Asgari F., 2011, The Effect of Website Quality Dimensions on Customer Satisfaction in E-Retailing System, *Journal of Scientific Research*, Vol. 10, No. 3, pp 366-369 .
- Sanuka, B., 2011, Pengertian Sistem E-Retailer, diakses 15 April, 2013, <http://bimasanuka.blogspot.com>.
- Shalih, I., 2013, Kelebihan dan Kekurangan Media Internet, diakses 16 April, 2013, <http://ismail403.wordpress.com>.
- Soeratno dan Arsyad, L., 2003, *Metodologi Penelitian untuk Ekonomi dan Bisnis*, Edisi revisi, Yogyakarta, Unit Penerbit dan Percetakan Akademi Manajemen Perusahaan YKPN.
- Sujana, A., 2005, *Paradigma Baru Dalam Manajemen Ritel Modern*, Edisi pertama, Yogyakarta: Graha Ilmu.

- Tahyudin, I., 2012, Analysis of Influence of Internet Retail Service Quality (IRSQ) to Consumer Online Shopping Satisfaction, *International Journal of Computer Science and Information Security*, Vol. 10, No. 12, pp 1-6.
- Tjiptono, F., 2011, *Pemasaran Jasa*, Bayumedia Publishing Anggota IKAPI.
- Toko Komputer yang Recommended, 2013, diakses 29 Agustus, 2013, <http://alamat-komputer.blogspot.com>.
- Umar, H., 2003, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Utami, C. W., 2008, *Manajemen Barang Dagangan Dalam Bisnis Ritel*, Malang: Bayumedia.
- _____, 2011, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Surabaya, Bayumedia Publishing Anggota IKAPI.
- Yuhezifar, Mooduto, dan Hidayat, R., 2009, *Cara Mudah Membangun Website Interaktif Menggunakan Content Management System Joomla (CMS)*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Zeithaml, V.A., Parasuraman, A. dan Malhorta, A., 2002, Service Quality Delivery through Web Sites: A Critical Review of Extant Knowledge, *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 30 No. 4, pp 358-371.