

## **BAB 5**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat diperoleh simpulan sebagai berikut:

1. Hipotesis pertama ( $H_1$ ) yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen OnLShop di Surabaya, berdasarkan hasil penelitian telah terbukti diterima. Sehingga dapat dikatakan bahwa dengan meningkatkan kualitas layanan maka kepuasan konsumen OnLShop juga akan meningkat.
2. Hipotesis kedua ( $H_2$ ) yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen OnLShop di Surabaya, berdasarkan hasil penelitian telah terbukti diterima. Sehingga dapat dikatakan bahwa dengan adanya kepercayaan konsumen pada OnLShop, dapat menimbulkan kepuasan konsumen terhadap OnLShop.
3. Hipotesis ketiga ( $H_3$ ) yang menyatakan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen OnLShop di Surabaya, berdasarkan hasil penelitian telah terbukti diterima. Sehingga dapat dikatakan bahwa dengan meningkatnya kepuasan konsumen, maka loyalitas konsumen OnLShop juga akan meningkat.

## 5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

### 1. Bagi pihak Manajemen OnLShop

- a. Seperti yang diuraikan dalam penelitian ini, ditemukan bahwa kualitas layanan elektronik (*e-service quality*) yang diukur melalui 13 indikator, terbukti dapat mempengaruhi kepuasan konsumen OnLShop. Oleh karena itu, kualitas layanan yang berkualitas harus terus ditingkatkan, karena dengan pemberian layanan yang berkualitas akan dapat menimbulkan kepuasan konsumen OnLShop. Seperti peningkatan tampilan *web*, ketepatan pemberian layanan dan kesesuaian representasi produk, serta menanggapi keluhan konsumen dengan cepat.
- b. Kepercayaan konsumen yang diukur melalui 3 indikator, terbukti positif mempengaruhi kepuasan konsumen OnLShop. Oleh karena itu, pihak OnLShop harus terus berusaha untuk menimbulkan rasa percaya konsumen terhadap OnLShop, karena dengan timbulnya kepercayaan konsumen terhadap OnLShop akan dapat menimbulkan kepuasan konsumen OnLShop. Seperti meningkatkan keamanan bertransaksi, berlaku jujur/adil pada konsumen, dan memiliki keterandalan kinerja yang baik.
- c. Kepuasan konsumen yang diukur melalui 6 indikator, yang telah terbukti dapat mempengaruhi loyalitas konsumen. Seperti kualitas produk yang sesuai dengan harapan konsumen, bertanggung jawab dalam menghadapi masalah, dan mampu

berkomunikasi dengan baik. Loyalitas konsumen yang diukur melalui 6 indikator, merupakan wujud dari loyalitas yang terbentuk dari kepuasan konsumen OnLShop. Seperti bersedia untuk melakukan pembelian ulang, yakin bahwa OnLShop adalah *online shop* yang terbaik, dan bersedia merekomendasikan OnLShop kepada orang lain. Oleh sebab itu, pihak manajemen OnLShop harus terus berusaha untuk meningkatkan kepuasan konsumen OnLShop, karena kepuasan konsumen OnLShop terbukti dapat menimbulkan loyalitas konsumen terhadap OnLShop.

## 2. Bagi peneliti selanjutnya

Menyadari keterbatasan yang ada dalam penelitian ini, maka penelitian mendatang diharapkan untuk melakukan penelitian dengan obyek penelitian yang lebih murni *online shop* agar hasil penelitian menjadi lebih akurat. Untuk memperluas penelitian dapat dengan mempertimbangkan variabel-variabel lainnya seperti *perceived value*, persepsi harga, dan kualitas produk yang juga dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen, serta memperluas cakupan penelitian dengan menambahkan atau mengganti obyek penelitian.

## DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Ahmad, A.M.K., and Al-Zu'bi, H.A., 2011, E-banking Functionality and Outcomes of Customer Satisfaction: An Empirical Investigation, *International Journal of Marketing Studies*, Vol. 3, No. 1, February : 50-65.
- Akbar, M. M., and Parvez, N., 2009, Impact of Service Quality, Trust, and Customer Satisfaction on Customers Loyalty, *ABAC Journal*, Vol.29, No. 1 (January-April): 24-38.
- Ardhana, O., 2010, Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Bengkel Caesar Semarang), *Skripsi*, Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro Semarang.
- Arwiedya, M.R., 2011, Analisis Pengaruh Harga, Jenis Media Promosi, Resiko Kinerja, dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian Via Internet Pada Toko *Online* (Studi Kasus pada Konsumen Toko *Fashion Online* yang Bertindak sebagai *Reseller* yang ada di Indonesia), *Skripsi*, Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro Semarang.
- Aryani, D., dan Rosinta, F., 2009, Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan, *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, Vol. 17, No. 2 : 114-126.
- Bastiar, A., 2012, Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Nasabah Bank (Studi Kasus pada Nasabah Bri Unit Pangandaran Banjar), *Skripsi*, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta.
- Chang, H.H., Wang, Y.H., and Yang, W.Y., 2009, The Impact Of E-Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty On e-Marketing: Moderating Effect of Perceived Value, *Total Quality Management*, Vol. 20, No. 4, April : 423-443.

- Dahlan, D.N., 2009, Analisis Kepuasan Nasabah terhadap Kualitas Pelayanan Bank Jabar Banten Cabang Cibinong, *Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor.
- Durianto, D., Sugiarto., dan Sitinjak, T., 2001, *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Konsumen*, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Garbarino, Ellen and Mark S. Johnson, 1999, The Different Roles Satisfaction, Trust, and Commitment in Customer Relationship, *Journal of Marketing*, Vol. 63, April, No.2 : 70-87.
- Ghozali, I., dan Fuad, 2005, *Structural Equation Modelling : Teori, Konsep dan Aplikasi dengan program Lisrel 8.54*, Semarang : Universitas Diponegoro.
- Hair Jr, J.F., Black, W.C., Babin, J.B., and Anderson, R.E., 2010, *Multivariate Data Analysis*, Seventh Edition, Upper Saddle River : Pearson Education, Inc.
- Iskandar, D., 2012, Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan dan Kepercayaan Nasabah sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris Nasabah Pd. Bank Perkreditan Rakyat Bkk Boyolali Kota), *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Perbankan*, STIE AUB Surakarta.
- Kenan, C., 2009, Analisis Pengaruh Orientasi Utilitarian, Orientasi Hedonik dan Manfaat yang Dirasakan Konsumen terhadap Sikap Belanja Secara Online, *Skripsi*, Fakultas Ekonomi Manajemen, Universitas Widya Mandala Surabaya.
- Kurniawan, A. S., 2011, Pengaruh *Trust In A Brand* Terhadap Loyalitas Konsumen, *Skripsi*, Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro Semarang.
- Kotler, P., dan Keller, K. L., 2007, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Keduabelas, Terjemahan, Jilid 2, Jakarta : PT. Indeks.
- \_\_\_\_\_, 2009, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ketigabelas, Terjemahan, Jilid 1, Jakarta : Erlangga.

- 
- \_\_\_\_\_, 2009, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ketigabelas, Terjemahan, Jilid 2, Jakarta : Erlangga.
- Kuncoro, M., 2009, *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi : Bagaimana Meneliti dan Menulis Tesis*, Edisi ketiga, Jakarta : Erlangga.
- Lee, M.S., Hsiao, H.D., and Yang, M.F., 2011, The Study of The Relationships Among Experiential Marketing, Service Quality, Customer Satisfaction and Customer Loyalty, *The International Journal of Organizational Innovation*, September : 352-378.
- Mowen, J.C., and Minor, M., 2002, *Perilaku Konsumen*, Edisi Kelima, Terjemahan, Jilid 1, Jakarta : Erlangga.
- Musanto, T., 2004, Faktor-Faktor Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen : Studi Kasus pada CV. Sarana Media Advertising Surabaya, *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 6, No. 2, September : 123 – 136.
- Pradina, S., dan Kusnilawati, N., 2012, Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan PDAM Kabupaten Demak, *Jurnal Ilmiah Q-Man*, Vol. 1, No. 2, April : 91-102.
- Rahma, T., Verina, H.L., dan Heru, H.S.V., 2012, Hubungan Antara Kualitas layanan dan Harga dengan Kepuasan Konsumen *Online Shopping* pada Mahasiswi Universitas Surabaya, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, Vol.1, No.1 : 1-12.
- Rofiq, A., 2007, Pengaruh Dimensi Kepercayaan (*Trust*) terhadap Partisipasi Pelanggan E-Commerce (Studi pada Pelanggan E-Commerce di Indonesia), *Tesis*, Fakultas Ekonomi Manajemen, Universitas Brawijaya Malang.
- Samuel, H., dan Foedjiawati, 2005, Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Kesetiaan Merek, *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 7, No. 1, Maret : 74-82.

Sanjaya, W., dan Sanjaya, R., 2009, *Membangun Kerajaan Bisnis Online : Tuntutan Praktis Menjadi Pebisnis Online Ulung*, Jakarta : PT. Elex Media Komputindo.

Sugiyono, 2006, *Statistika Untuk Penelitian*, Cetakan Ketujuh, Bandung: Alfabeta.

\_\_\_\_\_, 2008, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R dan D*, Bandung : Alfabeta.

Syafiq, A., dan Haryono, 2010 Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Telkomspeedy dengan Metode Structural Equation Modeling, *Tesis*, Magister Manajemen Teknologi, Institut Sepuluh Nopember Surabaya.

Tjiptono, F., 1996, *Manajemen Jasa*, Yogyakarta : Andi.

\_\_\_\_\_, 2002, *Manajemen Jasa*, Yogyakarta : Andi.

\_\_\_\_\_, 2008, *Service Management : Mewujudkan Layanan Prima*, Yogyakarta : Andi.

[www.internetworldstats.com](http://www.internetworldstats.com)

[www.Facebook.com/OnL.Shop](http://www.Facebook.com/OnL.Shop)