

## BAB 5

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada bab sebelumnya maka kesimpulan yang diperoleh adalah *Customer Satisfaction* berpengaruh terhadap *Trust*, *Commitment*, dan *Customer Loyalty*. Karena untuk memperoleh konsumen yang loyal tidak hanya diperlukan *Trust* tetapi juga memerlukan *Commitment*. Dari hasil olah data dapat disimpulkan bahwa variable *Customer Satisfaction* berpengaruh positif signifikan terhadap *Trust* sebesar 0,71. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama dalam penelitian ini dapat diterima. *Customer Satisfaction* berpengaruh positif signifikan terhadap *Commitment* sebesar 0,41. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua dalam penelitian ini dapat diterima. *Customer Satisfaction* berpengaruh positif signifikan terhadap *Customer Loyalty* sebesar 0,55. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga dalam penelitian ini dapat diterima. *Trust* berpengaruh positif signifikan terhadap *Commitment* sebesar 0,63. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis keempat dalam penelitian ini dapat diterima. *Commitment* berpengaruh positif signifikan terhadap *Customer Loyalty* sebesar 0,43. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis kelima dalam penelitian ini dapat diterima. Dari data diatas juga dapat disimpulkan *indirect effect* diantaranya *Customer Satisfaction* berpengaruh positif signifikan terhadap *Commitment* pada konsumen Lazada dengan *Trust* sebagai mediasi sebesar 0,20. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pengaruh tersebut signifikan. *Customer*

*Satisfaction* berpengaruh positif signifikan terhadap *Customer Loyalty* pada konsumen Lazada dengan *Commitment* sebagai mediasi sebesar 0,24. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pengaruh tersebut signifikan. *Trust* berpengaruh positif signifikan terhadap *Customer Loyalty* pada konsumen Lazada dengan *Commitment* sebagai mediasi sebesar 0,25. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pengaruh tersebut signifikan. Maka dari data diatas semua variable dapat dinyatakan signifikan.

## **5.2. Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh maka dapat disarankan beberapa hal yaitu:

### **1.2.1. Saran Akademik**

1. Bagi peneliti selanjutnya dapat melanjutkan penelitian ini untuk dilakukan penelitian lebih lanjut dengan menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi *customer loyalty* seperti *service quality*.
2. Bagi peneliti selanjutnya dapat memilih objek yang lebih dikenal oleh kalangan luas atau bisa dikatakan lebih terkenal dibandingkan Lazada seperti FJB Kaskus, OLX, Bukalapak.
3. Bagi peneliti selanjutnya dapat menggunakan sampel yang lebih spesifik.

### **1.2.2. Saran Praktis**

1. Bagi manajemen Lazada diharapkan agar dapat meningkatkan loyalitas konsumen disarankan agar manajemen memperhatikan komitmen konsumen, hal ini karena komitmen konsumen

ditemukan dapat meningkatkan loyalitas konsumen. Dimana peningkatan komitmen konsumen dapat dilakukan melalui peningkatan kepercayaan dan selanjutnya kepercayaan dapat ditingkatkan melalui kepuasan konsumen.

2. Komitmen konsumen dapat ditingkatkan dengan memberikan layanan yang membuat konsumen dapat merasa nyaman layaknya keluarga seperti menambahkan fitur tanya jawab pada setiap produk.
3. Lazada dapat meningkatkan kepuasan konsumen dengan memberikan *voucher-voucher* diskon dan poin *reward*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Caruana, A., 2000, Service Loyalty: The Effect of Service Quality and The Mediating Role of Customer Satisfaction, *Journal of Marketing*, Vol. 36, pp 811-955.
- Dharmmesta, B.S., 2005, Kontribusi Involvement dan Trust in a Brand dalam Membangun Loyalitas Pelanggan, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, Vol. 20, pp 287-304.
- Dorsch, M.J., Swanson, S.R., dan Kelley, S.W., 1990, The Role of Relationship Quality in The Stratification of Vendors as Perceived by Customers, *Journal of The Academy of Marketing Science*, pp 128-142.
- Douglas, B.H., 2007, Prinsip Pembelajaran Dan Pengajaran Bahasa (Edisi Terjemahan), Jakarta: Kedutaan Besar Amerika Serikat.
- Ferdinand, A., 2005, Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fornell, C., Michael, D.J., Eugene, W.A., Jaesung, C., dan Barbara, E.B., 1990, The American Customer Satisfaction Index: Nature, Purpose and Findings, *Journal of Marketing*, Vol. 60, Oktober: pp 7-18.
- Ghozali, I., dan Fuad, 2005, Structural Equation Modeling: Teori, Konsep, dan Aplikasi, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, J., 2002, Customer Loyalty: Menumbuhkan & Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., dan Keller, K.L., 2009, Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jil' dan 2, Jakarta: Erlangga.
- Ladhari, R., dan Leclerc, A., 2013, Building Loyalty With Online Financ. Services Customers: Is There A Gender Different?, *Journal of Retailing and Consumer Services*, Agustus: pp 560-569.

- Malhotra, Naresh K., 2005, *Basic Marketing Research, Application to Kontemporer Issue*, International Edition, New Jersey: Pearson Edition.
- Maulana, A., 2015, Jumlah Pengguna Internet Capai 88,1 Juta, diakses 24 Mei, 2016, <http://teknoliputan6.com/read/2197413/jumlah-pengguna-internet-indonesia-capai-881-juta>.
- Morgan, R.M., dan Shelby, D.H., 1994, The Commitment Trust Theory of Relationship Marketing, *Journal of Marketing*, Vol. 58, pp 20-38.
- Prus, A., dan Brandt, D.R., 1995, Understanding Your Customers, *Journal of American Demographics*.
- Rahadi, 2013, Pengaruh Karakteristik Website Terhadap Kepuasan Pelanggan, *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol. 5, No. 7.
- Rifdhahrakha, 2016, Telkom University: Lazada, diakses 24 Mei 2016, <http://rifdhahrakha.blogspot.co.id/2016/04/html.html>.
- Rounds, M.A., dan S.S. Nielsen, 1998, *Basic Principles of Chromatography*, New York.
- Santoso, S., 2012, *Analisis SPSS Pada Statistik Parametrik*, Jakarta: PT. Elex Media Koputindo.
- Silalahi, G.A., 2003, *Metode Penelitian dan Studi Kasus*, Sidoarjo: Citra Media.
- Simamora, H., 2004, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Yogyakarta: STIE YKPN.
- Sugiyono, 2005, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta.
- Sunarto., 2006, *Pengantar Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: Ust Press.
- Tjiptono, F., 2000, *Manajemen Jasa*, Yogyakarta: Andi.

Umar, H., 2002, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Valenzuela, A., dan Fredy., 2006, Trust and Commitment as Mediating Variables in the Relationship between Satisfaction and Hotel Guest Loyalty, *Journal of Panorama Socioeconomico*, pp 18-23.

Walsh, G., Thureau, T.H., Sassenberg, K., dan Bornemann, D., 2010, Does Relationship Quality Matter in A Services? A Comparison of Online and Offline Retailing, *Journal of Retailing and Consumer Services*, pp 130-142.