

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil observasi yang sudah dilakukan melalui penyebaran kuesioner untuk masyarakat Kabupaten Kudus maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Kesimpulan Hipotesis

Berdasarkan hasil analisis uji hipotesis yang telah dilakukan, maka dapat diambil beberapa kesimpulan:

- a. *Perceived Usefulness* berpengaruh signifikan pada *customer satisfaction*. Artinya *perceived usefulness* oleh pengguna pada saat melakukan proses transaksi yang diberikan oleh penjual *e-commerce* akan memberikan pengaruh pada *customer satisfaction*.
- b. *Perceived ease of use* tidak berpengaruh signifikan pada *customer satisfaction*. Artinya penjual yang kurang memberikan kemudahan untuk pelanggan akan memberikan pengaruh negatif pada *customer satisfaction*. Hal ini membuktikan bahwa apabila penjual menerapkan kualitas layanan kemudahan ini, maka pelanggan tersebut akan merasa puas dan sebaliknya.
- c. *Website design* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction*. Artinya kualitas *website design* yang dirasakan oleh pelanggan pada saat ingin melakukan transaksi pada *e-commerce* akan memberikan pengaruh pada *customer satisfaction*. Hal ini membuktikan bahwa apabila pelanggan *e-commerce* memiliki kemudahan dalam bertransaksi menggunakan *e-commerce*, maka pelanggan puas terhadap kualitas layanan tersebut.
- d. *Resonsiveness* berpengaruh secara langsung pada *customer satisfaction*. Artinya pelanggan yang mendapatkan kualitas layanan ketanggapan penjual dalam merespon pelanggan akan menyebabkan terjadinya kepuasan terhadap penjual *e-commerce* secara langsung. Hal tersebut membuktikan bahwa *responsiveness* pada penelitian ini berpengaruh secara langsung pada *customer satisfaction*.
- e. *Reliability* berpengaruh positif pada *customer satisfaction*. Artinya penjual *e-commerce* yang menerapkan kualitas layanan *reliability* akan memberikan pengaruh pada *customer satisfaction*. Hal ini membuktikan bahwa apabila penjual *e-*

commerce yang menerapkan keprofesionalan dan bisa diandalkan, maka akan berdampak pada meningkatnya *customer satisfaction*.

- f. *Customer satisfaction* berpengaruh secara langsung pada *purchase intention*. Artinya dalam penelitian ini pelanggan yang bertransaksi atau berbelanja menggunakan *e-commerce* yang merasa puas dengan produk yang dibeli akan berdampak secara langsung pada tingginya *purchase intention* pelanggan dan akan membeli produk itu kembali dilain waktu. Peningkatan kualitas layanan bisa dipengaruhi oleh faktor pelayanan yang baik dan *customer satisfaction* yang bisa menyebabkan peningkatan *purchase intention* pelanggan.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan dalam penelitian ini, maka diajukan beberapa saran yang harapannya bisa berguna, diantaranya sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Sebaiknya perusahaan dan penjual *e-commerce* diharapkan bisa memberikan proses transaksi agar lebih menyenangkan dan penjual *e-commerce* memberi petunjuk yang jelas kepada pelanggan, dengan memberikan petunjuk yang jelas pelanggan akan lebih bisa lebih mudah untuk melakukan transaksi pada *e-commerce*,

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Mengembangkan penelitian dengan menambah variabel yang dapat mempengaruhi *customer satisfaction*, karena dalam enelitian ini belum mampu menjelaskan secara keseluruhan yang mempengaruhi *customer satisfaction* dan *purchase intention*.

C. Keterbatasan

Penelitian ini dilakukan dengan mengikuti prosedur penelitian baku yang sesuai dengan kaidah keilmuan untuk program magister, penulis menyadari masih terdapat beberapa keterbatasan dalam pelaksanaannya, antara lain:

1. Karena keterbatasan akses, hasil penelitian ini hanya didasarkan pada jawaban responden melalui kuesioner yang disebarakan pada responden yang digunakan untuk sampel dalam penelitian.
2. Sampel dalam penelitian ini terbatas hanya 150 responden di Kabupaten Kudus yang pernah berbelanja pada *e-commerce*, sehingga pengambilan sampel ini belum maksimal untuk

- mencakup keseluruhan masyarakat Kabupaten Kudus yang sudah melakukan pembelian pada *e-commerce*.
3. Penelitian ini hanya fokus pada masyarakat Kabupaten Kudus yang pernah berbelanja pada *e-commerce*, sehingga peneliti tidak dapat mengetahui tanggapan masyarakat yang belum pernah berbelanja pada *e-commerce*.
 4. Peneliti hanya menggunakan beberapa variabel yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan minat beli, kemungkinan ada variabel lain yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan minat beli pada *e-commerce*, diharapkan peneliti selanjutnya bisa menambahkan variabel yang berbeda.

