

BAB VI

PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan dari hasil penelitian dan saran yang dapat diberikan untuk peneliti berikutnya.

6.1 Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut.

1. Hasil analisis menggunakan metode *Servqual* menunjukkan bahwa nilai *gap* dari masing - masing indikator dimensi kualitas pelayanan bernilai negatif. Semakin negatif nilai *gap* yang dihasilkan, maka semakin rendah tingkat kepuasan konsumen terhadap indikator tersebut. Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen, dilakukan perhitungan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI), didapatkan CSI bernilai 69.36%, nilai ini berada pada rentang $64\% < X \leq 71\%$ dengan keterangan *poor*. Hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan belum mampu memenuhi harapan pengguna *e-commerce XYZ* di Kota Padang.
2. Indikator kualitas pelayanan *e-commerce XYZ* yang perlu ditingkatkan yaitu indikator yang berada pada kuadran I pada *Important Performance Matrix*. Indikator tersebut yaitu ASS1 (jaminan uang kembali jika terjadi masalah saat transaksi), ASS2 (jaminan keamanan data pengguna), RES3 (ketanggapan terhadap pelanggan yang melakukan *refund* (pengembalian dana)), REL4 (ketepatan waktu pengiriman pesanan), dan EMP4 (perhatian individual yang diberikan terhadap pelanggan). Indikator – indikator tersebut diberikan rekomendasi perbaikan menggunakan metode 5W+1H. Rekomendasi perbaikan tersebut diharapkan dapat meningkatkan kualitas pelayanan *e-commerce XYZ*.

6.2 Saran

Saran yang dapat diberikan berdasarkan penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut.

1. Pada penelitian ini dilakukan metode pemilihan sampel menggunakan teknik *non probably sampling*, penelitian selanjutnya dapat melakukan proses pengambilan sampel menggunakan teknik *probably sampling* sehingga setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel dan dapat diketahui seberapa besar sampel yang diambil dapat mewakili populasi.
2. Penelitian ini dilakukan terhadap konsumen yang berbelanja di *e-commerce XYZ*, penelitian selanjutnya dapat dilakukan terhadap konsumen lain seperti penjual di *e-commerce XYZ*, hal tersebut dilakukan agar rekomendasi perbaikan yang dilakukan menjadi lebih lebih spesifik.

