

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, maka penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Penelitian ini dilakukan dengan studi kelapangan, yakni dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden mahasiswa Universitas Andalas yang pernah melakukan belanja online. Penelitian ini bertujuan menganalisis untuk melihat ada atau tidaknya pengaruh hubungan antara variabel *ease of use*, *website design*, *responsiveness*, *customization*, dan *assurance* terhadap *e-satisfaction*. Penelitian ini menggunakan *Partial Least Square (PLS)* dengan *software SmartPLS*.
2. Setelah melakukan analisis dengan menggunakan program SmartPLS diperoleh hasil sebagai berikut:
 - a. Hasil uji hipotesis *ease of use* menunjukkan bahwa hipotesis ini diterima. Hal ini menunjukkan bahwa nilai t-tabel tersebut lebih besar dari t-statistik (1.645). Hal ini berarti bahwa toko online harus memperhatikan kemudahn konsumen dalam mengakses website nya. Hasil hipotesis ini menunjukkan signifikan antara *ease of use* dengan *e-satisfaction*.
 - b. Hasil uji hipotesis *website design* terhadap *e-satisfaction* menunjukkan bahwa hipotesis ini ditolak. Hal ini menunjukkan desain website dan layout website tidak terlalu diperharikan konsumen dalam menentukan kepuasan mereka. Hasil hipotesis ini menunjukkan hubungan tidak signifikan antara *website design* dengan *e-satisfaction*.
 - c. Hasil uji hipotesis *responsiveness* terhadap *e-satisfaction* menunjukkan bahwa adanya hubungan yang positif dan signifikan. Hal ini berarti respon yang dilakukan toko online pada konsumen menentukan tingkat kepuasan mereka.

- d. Hasil uji hipotesis *customization* terhadap *e-satisfactin* menunjukkan bahwa adanya hubungan yang positif dan signifikan. Nilai-nilai dan informasi yang lengkap menentukan tingkat kepuasan konsumen saat berbelanja di toko online
- e. Hasil uji hipotesis *assurance* terhadap *e-satisfaction* menunjukkan bahwa hipotesis ini diterima dan ada hubungan yang signifikan. Keamanan konsumen baik saat memilih barang, melakukan transaksi dan juga memberikan info pribadi sangat menentukan kepuasan mereka dalam berbelanja secara online dan menjadi juga salah satu hal yang perlu diperhatikan dalam bisnis online.

5.2 Keterbatasan dan Saran Penelitian

5.2.1 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pengalaman yang peneliti alami selama melakukan proses penelitian, peneliti menyadari bahwa hasil penelitian ini tidak sempurna dan memiliki keterbatasan-keterbatasan yang mungkin akan mempengaruhi hasil penelitian seperti yang diharapkan. Oleh karena itu keterbatasan ini diharapkan lebih diperhatikan untuk peneliti-peneliti yang akan datang. Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel yang dibahas hanya 5 variabel yang meliputi *ease of use*, *website design*, *responsiveness*, *customixation*, dan *assurance*.
2. Penelitian dilakukan hanya pada 100 orang mahasiswa Universitas Andalas yang pernah melakukan belanja secara online
3. Penelitian ini dilakukan dalam jangka waktu terbatas dan dilakukan saat kampus sedang libur semester.

5.2.2 Saran Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis juga memberikan saran kepada pihak-pihak yang berkepentingan terhadap penelitian ini antara lain:

1. Bagi Perusahaan

Para pebisnis online hendaknya dapat memperhatikan kemudahan penggunaan website, respon yang cepat pada setiap pertanyaan dan keluhan pelanggan, mengetahui info dan nilai yang diharapkan pelanggan dan juga memperhatikan keamanan konsumen dalam transaksi. Jika hal tersebut dapat dipenuhi maka akan sangat baik untuk meningkatkan kepuasan konsumen dalam berbelanja.

2. Bagi Peneliti

Peneliti selanjutnya diharapkan untuk meneliti variabel lain yang dimungkinkan mempunyai pengaruh terhadap *e-satisfaction* dan koresponden yang lebih banyak.

5.3 Implikasi Penelitian

Hasil penelitian ini bermanfaat dan juga bisa sebagai bahan pertimbangan dalam praktek manajemen khususnya yang berkaitan dengan penerapan *e-service quality* atau kualitas pelayanan secara online yang meliputi kemudahan akses website, respon yang cepat terhadap pelanggan, mengetahui keinginan pelanggan, dan keamanan pelanggan dalam melakukan transaksi. Sehingga dapat membuat konsumen merasa puas dalam berbelanja.

Ease of use dapat ditingkatkan dengan website yang mudah diakses konsumen sehingga konsumen merasa terbantu dalam navigasi website, kemudahan konsumen dalam mencari dan menemukan produk yang diinginkan juga perlu diperhatikan. Begitu juga *customization*, *responsiveness* dan *assurance* juga merupakan hal yang harus diperhatikan oleh toko online dalam rangka meningkatkan kepuasan konsumen saat melakukan belanja online.

Jika hal yang dijelaskan di atas dapat dilakukan dengan maksimal oleh para penggiat toko online maka akan berdampak bagus dalam hal meningkatkan kepuasan konsumen atau *e-satisfaction*.

