

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dalam penelitian ini, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil analisis menunjukkan bahwa pengaruh *E-Service Quality* terhadap kepuasan signifikan. Semakin baik *E-Service Quality* maka kepuasan akan meningkat, begitu sebaliknya. *E-Service Quality* sangat penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan Cafe & restodi Kota Padang.
2. Hasil analisis menunjukkan bahwa pengaruh *E-Service Quality* terhadap *Online Repurchase Intention* signifikan. Semakin baik *E-Service Quality* maka semakin meningkat *Online Repurchase Intention*, begitu sebaliknya. *E-Service Quality* sangat penting dalam meningkatkan *Online Repurchase Intention* pada Cafe & restodi Kota Padang.
3. Hasil analisis menunjukkan bahwa pengaruh kepuasan terhadap *Online Repurchase Intention* signifikan. Semakin tinggi kepuasan pelanggan, maka semakin meningkat *Online Repurchase Intention*, begitu sebaliknya. Kepuasan pelanggan sangat penting dalam meningkatkan *Online Repurchase Intention* pada cafe & restodi Kota Padang.
4. Hasil analisis menunjukkan bahwa kepuasan berperan sebagai mediasi antara *E-Service Quality* terhadap *Online Repurchase Intention*. Artinya, secara tidak langsung *E-Service Quality* memengaruhi *Online Repurchase Intention* namun perlu adanya kepuasan pelanggan terlebih dahulu.

Dengan kata lain, *E-Service Quality* akan meningkatkan kepuasan, sehingga pelanggan yang puas akan meningkatkan *Online Repurchase Intention*.

5.2 Implikasi Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu untuk memberikan masukan kepada pelaku usaha cafe & resto di Kota Padang dalam meningkatkan *Online Repurchase Intention*. Implikasi penelitian secara umum adalah adanya unit *delivery* pada café & resto local atau kerjasama dengan *e-commerce* sehingga *Online Repurchase Intention* berkembang di café & resto local. Secara khusus, implikasi hasil penelitian ini adalah:

1. *Online Repurchase Intention* pada cafe & resto di Kota Padang dapat meningkat apabila secara keseluruhan *E-Service Quality* memuaskan. Oleh karena itu, untuk meningkatkan *Online Repurchase Intention* maka *E-Service Quality* harus ditingkatkan melalui penyempurnaan dimensi-dimensi kualitas layanan. Misalnya, dimensi efisiensi dapat ditingkatkan melalui pengembangan website dan medsos yang mudah di akses. Dimensi kompensasi dapat ditingkatkan melalui memberikan kompensasi atau garansi terhadap order pelanggan yang tidak sampai, rusak diperjalanan, terlalu lama sampai di alamat pelanggan. Dimensi responsiveness dapat ditingkatkan melalui pemrosesan pesanan yang cepat, penanganan komplain pelanggan yang cepat dan pengiriman makanan. Dimensi kontak dapat ditingkatkan dengan

menyediakan nomor telpon, whatapps, email atau fasilitas chat interaktif di website yang selalu siap dan mudah dihubungi oleh pelanggan. Dimensi fulfillment dapat ditingkatkan dengan mengembangkan website, instangram atau media sosial lainnya yang berisi tentang informasi yang lengkap tentang produk dan layanan yang ditawarkan oleh perusahaan. Sedangkan dimensi kehandalan (reliability) dapat ditingkatkan dengan mengurangi tingkat kesalahan dalam mengirim jenis order pelanggan dan kesalahan dalam pencatatan nilai transaksi pelanggan. Sementara itu privacy dapat ditingkatkan dengan menjaga kerahasiaan informasi tentang identitas pelanggan dan keamanan dalam melakukan pembayaran secara online.

2. *Online Repurchase Intention* pada cafe & resto di Kota Padang dapat ditingkatkan apabila secara keseluruhan pelanggan merasakan kepuasan yang melebihi harapannya. Hal yang perlu diperhatikan oleh café & resto di Kota Padang yaitu tampilan website dan/atau akun social media (whatsapp/Instagram) diharapkan mampu menyamai aplikasi *online* shop yang ideal.
3. Adanya pengadaan unit *delivery service* yang diberlakukan oleh cafe & resto lokal di Kota Padang selain kerja sama yang dilakukan dengan *e-commerce* untuk pesan antar.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi penelitian yang akan datang.

1. Penelitian ini terbatas pada pengaruh *E-Service Quality* terhadap *Online Repurchase Intention* dengan kepuasan sebagai mediasi
2. Sampel dalam penelitian ini hanya responden yang pernah melakukan *Online Repurchase Intention* pada beberapa cafe & resto di Kota Padang melalui website atau akun pribadi cafe & resto, seperti Whatsapp dan Instagram saat PSBB
3. Objek penelitian hanya dilakukan pada cafe & resto lokal Kota Padang



5.4 Saran

Berdasarkan keterbatasan penelitian ini, maka saran yang dapat peneliti sampaikan sebagai berikut:

1. Objek penelitian hanya dilakukan pada cafe & resto di Kota Padang. Disarankan penelitian selanjutnya mencakup lebih luas cafe & resto di luar Kota Padang untuk melihat perbedaan hasil penelitian berdasarkan pengaruh *E-Service Quality* terhadap *Online Repurchase Intention* dengan variabel kepuasan sebagai mediasi.
2. Penelitian ini terbatas pada pengaruh *E-Service Quality* terhadap *Online Repurchase Intention* dengan variabel kepuasan sebagai mediasi sebesar 56,2%. Sedangkan variabel lainnya yang tidak

terdapat dalam penelitian ini mampu menjelaskan *Online Repurchase Intention* sebesar 43,8%.

