

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Dari hasil analisis data dan pembahasan bab sebelumnya maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. *E-Service Quality* berpengaruh secara signifikan, terhadap *E-Satisfaction* pada pengguna *E-Commerce* Lazada dikarenakan kualitas layanan elektronik *E-Commerce* Lazada memenuhi dimensi *E-Service Quality* seperti *Efficiency*, *Fullfillment*, *Systemavailability*, *Privacy*, *Responsiveness*, *Compensation* dan *Contact*.
2. Dari dimensi *E-Service Quality* dapat diketahui bahwa pernyataan yang paling banyak direspon oleh konsumen terdapat pada pernyataan 10 atau *Privacy* dengan jumlah responden menjawab “Sangat Setuju” sebanyak 52 responden atau 43,3 %, yang menyatakan “Setuju” sebanyak 53 responden atau 44,2 %, dan yang menjawab “Cukup Setuju” 14 responden atau 11,7 %.
3. Sedangkan dari dimensi *E-Satisfaction* pernyataan yang paling banyak direspon oleh konsumen terdapat pada pernyataan 10 atau *Security* dengan jumlah responden menjawab “Sangat Setuju” sebanyak 57 responden atau 47,5 %, yang menyatakan “Setuju” sebanyak 52 responden atau 43,3 %, dan yang menjawab “Cukup Setuju” 11 responden atau 9,2 %.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dalam usaha meningkatkan kualitas layanan elektronik pada *E-Commerce* Lazada dan penelitian selanjutnya disarankan:

5.2.1 Bagi *E-Commerce* Lazada

Saran bagi *E-Commerce* Lazada yaitu:

1. Memaksimalkan pelayanan *E-Service Quality* yaitu pada Dimensi *Responsiveness* karena pernyataan tersebut yang paling rendah responnya. Dapat diketahui bahwa pernyataan yang paling rendah direspon oleh konsumen terdapat pada pernyataan Dimensi *Responsiveness* atau pernyataan nomor 12 dengan jumlah responden menjawab “Sangat Setuju” sebanyak 33 responden atau 27,5 %, yang menyatakan “Setuju” sebanyak 53 responden atau 44,2 %, dan yang menjawab “Cukup Setuju” 34 responden atau 28,3 %, dibandingkan dengan dimensi *E-Service Quality* lainnya.
2. Memaksimalkan pelayanan *E-Satisfaction* yaitu pada Dimensi *Serviceability* karena pernyataan tersebut yang paling rendah responnya. Dapat diketahui bahwa pernyataan yang paling rendah direspon oleh konsumen terdapat pada pernyataan Dimensi *Serviceability* atau pernyataan nomor 16 dengan jumlah responden menjawab “Sangat Setuju” sebanyak 29 responden atau 24,2 %, yang menyatakan “Setuju” sebanyak 52 responden atau 43,3 %, “Cukup Setuju” 37 responden atau 30,08 %, dan yang menjawab “Tidak Setuju” 1 responden atau 0,8 %, serta yang menjawab “Sangat Tidak Setuju” 1 responden atau 0,8 %, dibandingkan dengan dimensi *E-Satisfaction* lainnya.

5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya

Saran bagi peneliti selanjutnya yakni:

1. Mengingat keterbatasan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, diharapkan penelitian selanjutnya mencari referensi baru tentang *E-Service Quality* dan *E-Satisfaction*.
2. Penelitian ini masih sangat terbatas variabelnya karena hanya menggunakan satu variabel pada variabel independennya sehingga hipotesis yang dihasilkan

kurang lengkap, diharapkan untuk peneliti selanjutnya dapat memperbanyak atau menambah variabel independennya sehingga penelitian lebih komprehensif.

3. Untuk penelitian selanjutnya bisa menambah jumlah karakteristik responden, jumlah responden dan wilayah atau daerah penelitian.