

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan menggunakan *software SPSS AMOS 22* untuk menguji variabel *Operational Logistic Service Quality*, *Relational Logistic Service Quality*, dan *Omni-Channel Capability*, penulis dapat menarik kesimpulan mengenai penelitian ini sebagai berikut:

1. *Operational Logistic Service Quality* memiliki pengaruh positif terhadap *Omni-Channel Capability* pada IKEA Indonesia. Hal ini terbukti dengan nilai standard coefisien sebesar 0,785 dan nilai P-value sebesar 0,000. Penulis mengambil kesimpulan bahwa IKEA Indonesia mampu memberikan pengalaman berbelanja yang baik dan saling terintegrasi antar saluran dengan menerapkan *Operational Logistic Service Quality* yang efektif dan efisien dalam memberikan pelayanan berbelanja secara *offline* dan *online* kepada pelanggannya.
2. *Relational Logistic Service Quality* tidak memiliki pengaruh positif terhadap *Omni-Channel Capability* pada IKEA Indonesia. Hal ini terbukti dengan nilai standard coefisien sebesar 0,236 dan nilai dari P-Value sebesar 0,137. Penulis mengambil kesimpulan bahwa layanan yang diberikan oleh karyawan IKEA dalam memenuhi berbagai permintaan dan keluhan pelanggan tidak dapat memberikan pengaruh secara langsung dalam penerapan *Omni-Channel Capability* milik IKEA Indonesia.
3. *Operational Logistic Service Quality* dan *Relational Logistic Service Quality* saling berkorelasi positif pada IKEA Indonesia. Hal ini terbukti dengan nilai standard coefisien sebesar 0,785 dan nilai P-value sebesar 0,000. Penulis mengambil kesimpulan bahwa kegiatan operasional logistik serta kualitas pelayanan yang dimiliki oleh IKEA Indonesia saling bergantung antara satu dengan lainnya agar dapat memberikan kualitas layanan yang terbaik kepada pelanggan IKEA Indonesia.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis memiliki beberapa masukan dan saran baik kepada perusahaan maupun untuk penelitian selanjutnya yang memiliki topik permasalahan yang serupa ataupun sama yang berguna untuk kedepannya. Berikut merupakan saran dari penulis:

5.2.1 Saran untuk Perusahaan

1. Penulis memberikan saran kepada IKEA Indonesia bahwa mereka harus dapat meningkatkan layanan yang dimilikinya terkait dengan pengiriman barang ke toko fisik IKEA atas pesanan yang telah dibuat oleh pelanggan secara online. Salah satu cara yang bisa mereka lakukan adalah dengan menyiapkan berbagai stok barang yang umumnya dipesan oleh pelanggan secara online di berbagai toko fisik IKEA ataupun barang-barang yang tidak membutuhkan ruang yang cukup banyak untuk disimpan di tempat yang kecil dan sedang, terutama di *pick-up point* milik IKEA yang tersebar di berbagai tempat di Indonesia. IKEA juga dapat menerapkan *Locker* dalam *Pick-Up Point* yang dimiliki untuk memudahkan pelanggan mengambil pesannya seperti yang telah dilakukan oleh Amazon. Harapannya adalah agar pengalaman berbelanja pelanggan dapat meningkat karena dapat mempersingkat waktu pengiriman pesanan yang telah dibuat oleh pelanggan. Dengan begitu, IKEA Indonesia dapat meningkatkan Omni-Channel Capability yang telah diterapkan melalui Operational Logistic Service Quality yang telah dimilikinya.
2. Penulis memberikan saran kepada IKEA Indonesia bahwa meningkatkan layanan yang dimilikinya terkait dengan proses pengiriman produk pesanan pelanggan sesuai dengan tanggal yang telah dijanjikan dengan menerapkan *Quick Commerce*. *Quick Commerce* diharapkan dapat memberikan layanan pengiriman barang yang cepat

dan tepat kepada pelanggan. Diharapkan, penerapan sistem tersebut dapat meningkatkan kualitas pengiriman pesanan pelanggan serta meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap IKEA Indonesia.

3. Penulis memberikan saran kepada IKEA Indonesia terkait dengan meningkatkan layanan yang dimilikinya dalam hal pemberian solusi kepada pelanggan atas permasalahan yang pelanggan miliki. IKEA Indonesia dapat membuat sebuah *Learning Management System* yang memuat informasi mengenai permasalahan secara umum apa saja yang dialami oleh pelanggan terkait dengan produk-produk yang ada serta pelatihan mengenai cara menyampaikan solusi yang ada dengan baik tanpa adanya miskomunikasi antara pelanggan dengan karyawan IKEA Indonesia.

5.2.2 Saran untuk Penelitian Selanjutnya

1. Pada penelitian ini untuk indikator dalam variabel *Relational Logistic Service Quality* hanya menekankan pada karyawan IKEA secara *offline*, penelitian selanjutnya diharapkan dapat menekankan indikator yang ada bahwa karyawan IKEA Indonesia yang dimaksud termasuk karyawan online seperti *Customer Service*, *Social Media Admin*, dan lain-lain yang berhubungan secara langsung dengan pelanggan.
2. Penelitian selanjutnya mungkin dapat menambahkan variabel *Customer Satisfaction* sebagai salah satu pengukuran kepuasan pelanggan terhadap strategi *Omni-Channel* yang telah dilakukan oleh sebuah perusahaan. Berdasarkan penelitian dari Sorkun et al. (2020), *Customer Satisfaction* dapat dipengaruhi apabila penerapan dari *Operational Logistic Service Quality* dan *Omni-Channel Capability* telah diterapkan dengan baik. Dengan begitu, penelitian selanjutnya dapat melihat apakah strategi *Omni-Channel* yang telah diterapkan oleh perusahaan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan saat berbelanja di perusahaan tersebut atau tidak.