



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. *Customer service* memiliki pengaruh positif terhadap *Customer satisfaction* dengan nilai *t-value* dari *Customer Service* adalah 2.03, Hal ini menunjukkan bahwa *Customer service* di Fabelio dapat memenuhi kepuasan pelanggan . Sehingga, konsumen merasa tertarik untuk membeli kembali untuk berbelanja di Fabelio.com . Semakin bagus customer servicenya maka semakin bagus pula tingkat kepuasan pelanggan saat berbelanja di Fabelio.com
2. *Shipping* memiliki pengaruh positif terhadap *customer satisfaction* dengan nilai *t-value* sebesar 1.90. Hal ini menunjukkan bahwa pengiriman barang sesuai dengan waktu yang di tentukan dan factor lain mengenai pengiriman membuat customer merasa puas dengan berbelanja di Fabelio.com.
3. *Tracking* memiliki pengaruh positif terhadap *Customer satisfaction* dengan nilai *t-value* sebesar 1.92. Hal ini menunjukkan bahwa pelacakan saat dilakukanya pengiriman membuat konsumen puas dengan adanya pemberitahuan terlebih dahulu. Sehingga hal tersebut membuat tingkat kepuasan pelanggan bertambah saat berbelanja di Fabelio.com

4. *Return* memiliki pengaruh positif terhadap *Customer satisfaction* dengan nilai *t-value* sebesar 2.11 . Hal ini menunjukkan bahwa pengembalian barang saat berbelanja di Fabelio.com membuat kepuasan pelanggan bertambah mengingat barang yang ada di Fabelio.com adalah furniture untuk tempat tinggal, maka barang yang dibeli harus tahan lama dan berkualitas tinggi. Hal tersebut yang dirasakan customer saat berbelanja dan mengembalikan barang di Fabelio.com.

5. *Customer Satisfaction* memiliki pengaruh positif terhadap *future urchase intention* dengan nilai *t-value* sebesar 2.04. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan saat berbelanja di tentukan oleh banyak factor terlebih adalah customer service, shipping, tracking, dan return, dengan factor-faktor tersebut membuat customer mearasa puas dan akan mempengaruhi niat berbelanja kembali di Fabelio.com.

5.2. Saran

Bedasarkan hasil penelitian ini, penulis ingin memberikan saran untuk kemajuan perusahaan dan juga saran untuk penelitian selanjutnya jika terdapat peneliti yang tertarik untuk membahas topik yang sama agar mendapat hasil yang lebih mendalam.

5.2.1. Saran Bagi Perusahaan

Bedasarkan hasil analisa dalam penelitian ini, penulis mengajukan saran kepada perusahaan untuk beberapa hal yang mungkin dapat digunakan untuk kemajuan perusahaan, antara lain

1. *Customer service* bisa dijadikan sarana informasi serta promosi yang bagus untuk pelanggan, customer service di Fabelio hanya menangani keluhan dari para

customer, akan lebih baik setelah menangani masalah Fabelio dapat memberikan informasi dan promo yang menarik agar customer dapat berbelanja di Fabelio.com

2. *Shipping* menjadi salah satu factor penting untuk kepuasan pelanggan, akan lebih baik diadakannya promo atau event di Fabelio yang dimana customer dapat gratis pengiriman atau promosi belanja sekian dapat gratis pengiriman hal tersebut membuat customer puas karena setelah berbelanja banyak mendapatkan pengiriman gratis ke tempatnya.

3. Perlunya koordinasi antara tim penjualan dengan tim pengiriman, seperti yang dilihat ada beberapa komen negatif di Instagram milik fabelio.com salah satunya adalah pengiriman yang tidak sesuai jadwal. Akan lebih baik tim penjualan dan tim pengiriman memiliki akses khusus yang saling dapat berkordinasi agar menghindari kesalahan pengiriman yang tidak sesuai jadwal pengiriman ke tempat customer serta memberikan discount atau cashback sebagai permintaan maaf atas keterlambatan.

4. Memberikan reward berupa discount atau cashback untuk customer yang telah berbelanja di Fabelio.com, hal tersebut dapat membantu Fabelio meningkatkan penjualan dengan memberikan reward akan membuat customer senang dan puas saat berbelanja implikasinya akan membuat customer kembali berbelanja di fabelio.com

5. mengadakan event atau ikut serta dalam event penting. Seperti yang diketahui Fabelio.com merupakan startup yang menjual produk-produk furniture akan lebih baik Fabelio.com ikut serta untuk mengikuti event-event tersebut, selain mengenalkan apa itu perusahaan Fabelio, Fabelio dapat mempromosikan dan meningkatkan penjualan, hal itu bagus mengingat Fabelio adalah perusahaan baru yang mulai tahun 2015

5.2.2. Saran Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian yang dilakukan masih jauh dari kata sempurna sehingga terdapat beberapa saran yang dapat menjadi pertimbangan bagi penelitian selanjutnya, diantaranya:

1. Pada penelitian ini, objek yang digunakan, yaitu perusahaan Fabelio setelah bertransaksi secara online, dengan variable *customer service, shipping, tracking, return, customer satisfaciom, dan future purchase intention* . akan lebih baik untuk mengukur factor apa saja yang diperlukan customer untuk memutuskan berbelanja di Fabelio.com
2. penelitian ini terbatas mengenai social media Fabelio.com yaitu Instagram, facebook, dan lain-lain sebagai alat promosi dan informasi. Untuk penelitian selanjutnya , akan lebih baik jika dapat meneliti social media dalam promosi dan informasi, karena hal tersebut penting sabagai keputusan membeli barang di Fabelio.com
3. Pada penelitian ini terbatas tentang *Electronic- word of mouth(E-WOM)* apakah factor pembelian furniture di fabelio.com bedasarkan E-WOM atau tidak. Untuk penelitian selanjutnya , akan lebih baik jika meneliti factor E-WOM ini berpengaruh atau tidak dengan keputusan pembelian furniture di Fabelio.com.
4. Pada penelitian ini terbatas mengenai brand personality yang diketahui Fabelio.com adalah brand baru tahun 2015, untuk penelitian selanjutnya, akan lebih baik jika dapat meneliti brand personality sabagi penentu niat berbelanja di Fabelio.com