



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

1.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data yang didapat dari survey pada responden dan hasil Analisa penelitian menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) yang dihitung menggunakan perangkat lunak LISREL Ver. 8.8, dengan tujuan mengukur pengaruh *Customer Service, Shipping, Tracking, Customer Satisfaction* terhadap *Future Purchase Intention* pada furnitur online ruparupa.com dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. *Customer Service* tidak memiliki pengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction* dengan melihat pada nilai *t-value* yang mendapat angka 1.14 untuk H1, walaupun pada jurnal utama ditemukan bahwa *Customer Service* memiliki pengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction* tetapi dalam hasil penelitian ini tidak memiliki pengaruh positif pada variabel *Customer Service* terhadap *Customer Satisfaction*. Hal ini menunjukkan dalam penelitian ini bahwa sikap kepuasan pelanggan pada ruparupa.com tidak dipengaruhi oleh pelayanan pelanggan di ruparupa.com.
2. *Shipping* memiliki pengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction* dengan melihat pada nilai *t-value* pada H2 yang mendapat angka 2.31. sesuai pada jurnal utama yang menunjukkan bahwa *shipping* memiliki pengaruh positif terhadap *customer satisfaction* dan dapat disimpulkan

bahwa pengiriman di ruparupa.com mempengaruhi kepuasan pelanggan dari pelanggan ruparupa.com.

3. *Tracking* memiliki pengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction* sesuai dengan data yang diolah oleh penulis pada nilai *t-value* pada H3 yang mendapatkan angka 2.24. dengan mendapatkan angka tersebut dapat diartikan bahwa *Tracking* pada *website* ruparupa.com memiliki hubungan positif atau mempengaruhi pada *Customer Satisfaction* ruparupa.com.
4. *Customer Satisfaction* memiliki pengaruh positif terhadap *Future Purchase Intention* dari data yang telah diolah oleh penulis dengan nilai *t-value* 2.62. dari hasil nilai tersebut dapat diartikan bahwa *Future Purchase Intention* pada *website* ruparupa.com dipengaruhi oleh *Customer Satisfaction* ruparupa.com.

1.2 Saran

1.2.1 Saran bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian, maka peneliti mengajukan saran bagi ruparupa.com sebagai berikut:

1. Karena industri furniture online saat ini sudah semakin marak dan persaingan semakin ketat diharapkan ruparupa.com dapat menonjolkan salah satu diferensiasi yang dimiliki yaitu layanan STOPS (Store Pickup Service) yang dapat menjadi keunggulan untuk dapat bersaing dengan furnitur online lainnya yang berada di Indonesia. Karena layanan STOPS sendiri dinilai dapat lebih memudahkan pelanggan untuk mendapatkan barang yang ingin dibeli pelanggan dan dapat langsung diambil melalui

gerai yang menyediakan layanan tersebut. Dengan begitu akan meningkatkan transaksi bagi perusahaan.

2. Meningkatkan lagi gerai yang dapat melakukan layanan STOPS (Store Pickup Service) karena saat ini hanya ada 100 gerai yang dapat melakukan layanan STOPS (Store Pickup Service).
3. Walaupun dalam penelitian ini mendapatkan hasil bahwa kepuasan pelanggan tidak dipengaruhi oleh layanan *customer service* namun untuk tetap dapat bertahan pada industri ini ruparupa.com harus dapat tetap memperbaiki dengan meningkatkan performa dari para *customer service* agar pelanggan merasa terlayani dengan baik atas layanan yang diberikan oleh ruparupa.com dengan cara para karyawan pada bagian *customer service* diberikan training untuk menambah ilmu mereka mengenai produk dan juga layanan dari ruparupa.com.
4. Menambah jam call center menjadi 24 jam, agar konsumen merasa ruparupa.com selalu ada untuk mendengarkan keluhan dari pelanggan. Karena saat ini call center ruparupa.com hanya beroperasi dari jam 08:00 – 17:00.
5. Sebaiknya perusahaan ruparupa.com menambahkan beberapa fitur lagi seperti pada saat check out pada system pembayaran untuk menambahkan opsi seperti dapat *cash on delivery*.

1.2.2 Saran bagi Penelitian Selanjutnya

Dalam kesimpulan yang diperoleh, peneliti mengajukan beberapa saran bagi penelitian selanjutnya, antara lain sebagai berikut:

1. Penelitian selanjutnya disarankan untuk dapat menambahkan variabel *return* untuk mempengaruhi *customer satisfaction* seperti penelitian pada jurnal (Cao, Ajjan, & Hong, 2018).
2. Di dalam penelitian ini fokus pada pembelian furnitur online. Sehingga untuk penelitian lainya dapat menggunakan objek platform perbelanjaan online lainnya seperti kosmetik, fashion atau *groceries*. Untuk dapat meneliti faktor minat untuk melakukan pembelian kembali pada insdutri yang berbeda karena saat ini sudah banyak platform perbelanjaan online dengan berbagai macam kebutuhan yang dibutuhkan oleh masyarakat Indonesia.

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA