



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

Pada penelitian ini hasil analisis data dengan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) menunjukkan bahwa data pada penelitian ini tidak memiliki kecocokan dengan model penelitian yang diajukan. Namun, untuk model pengukuran seluruh indikator memiliki kriteria valid dan seluruh variabel memiliki reliabilitas atau konsistensi pengukuran yang baik.

Berdasarkan model struktural dari enam hipotesis penelitian yang diajukan ternyata tidak semuanya sesuai dengan hasil temuan *Shin et al.* (2013). Sehingga hasil dari model struktural tersebut dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Website quality* memiliki pengaruh terhadap *Customer Satisfaction*. Kemudahan menggunakan, informasi yang diberikan, perlindungan transaksi, sistem pembayaran yang disediakan, dan design website yang diberikan oleh website palomino mempengaruhi kepuasan pengguna saat menggunakan website palomino karena kualitas website yang diberikan cukup baik. Seperti sistem pembayaran, semakin mudah sistem pembayaran yang membantu konsumen dapat melakukan transaksi pembelian secara cepat, efisien, dan sistematis, maka hal tersebut dapat meningkatkan kepuasan dari konsumen saat menggunakan *mobile application* Lazada.

2. *Website quality* tidak memiliki pengaruh terhadap *trust*. Karena keraguan seseorang untuk melakukan transaksi di internet tidak akan hilang hanya karena sebuah website memiliki kualitas website yang baik. Sehingga walaupun palomino memiliki *website quality* yang baik tidak mempengaruhi kepercayaan calon pembeli yang berkunjung ke website palomino.
3. *Satisfaction* memiliki pengaruh terhadap *trust*. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan yang didapatkan oleh konsumen atas pelayanan yang diberikan oleh website palomino mampu membuat calon konsumen percaya dengan apa yang diberikan.
4. *Website quality* tidak memiliki pengaruh terhadap *repurchase intention*. karena orang tidak hanya melihat kualitas website ketika ingin membeli suatu barang tetapi banyak aspek yang dipertimbangkan untuk mendorong orang ingin melakukan pembelian kembali.
5. *Satisfaction* memiliki pengaruh terhadap *repurchase intention*. Hal ini disebabkan karena ketika orang merasa puas dengan website palomino orang tersebut memiliki keinginan untuk melakukan pembelian ulang.
6. *Trust* memiliki pengaruh terhadap *repurchase intention*. ketika seseorang sudah percaya dengan suatu produk orang tersebut akan ingin melakukan pembelian kembali.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Bagi Perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Customer Satisfaction* dipengaruhi oleh *Website quality*, sedangkan *Repurchase Intention* dipengaruhi oleh *Trust* dan *Customer Satisfaction*. Selain itu *Website Quality* tidak memiliki pengaruh terhadap *Trust* dan *Repurchase Intention* secara langsung. Maka saran yang dapat disampaikan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. *Website quality* pada website palomino telah dianggap bagus oleh pengguna terbukti dari hasil dimensi yang terdapat pada *website quality* di website palomino mendapatkan penilaian yang baik dari responden. Hanya saja *website quality* yang dimiliki oleh website palomino dapat ditambahkan dengan menambahkan fitur fitur dan manfaat seperti menambahkan live chat, fitur COD (cash on delivery), fitur filter budget, cara pembayaran yang lebih beragam, dan bekerja sama dengan perusahaan sistem perlindungan konsumen sehingga konsumen akan merasakan manfaat yang lebih lagi dan akan meningkatkan kualitas website yang dimiliki oleh website palomino.

2. *Satisfaction* yang dinilai cukup oleh para responden, untuk kedepannya disarankan untuk terus ditingkatkan secara berkala untuk menjaga kepuasan konsumen akan website dan produk yang ditawarkan oleh palomino. Hal ini dapat dilakukan dengan cara melakukan bundling produk yang dijual, memberikan konsumen yang telah membeli di website palomino penawaran yang lebih special dibandingkan dengan orang yang belum pernah berbelanja di website palomino, dan mengadakan gift away secara tidak terduga oleh konsumen sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

3. Terus menjaga Trust yang telah dimiliki oleh konsumen ataupun calon konsumen yang berkunjung ke website palomino dengan melakukan endorsement kepada artis seperti Nagita Slavina dan pada seleb gram seperti Nikita Kusuma, melakukan kerja sama dengan perusahaan seperti shopback yang memberikan promo-promo khusus yang juga berfungsi untuk meningkatkan kepercayaan konsumen pada website palomino karena perusahaan besar seperti shopback pun ingin berkerja sama dengan website palomino, dan melakukan promosi promosi secara online seperti memasang iklan di google dan website website lain yang dapat menarik konsumen berkunjung ke website palomino.

5.2.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya

1. Pada penelitian ini, peneliti hanya menjadikan budget yang dimiliki oleh responden saat meneliti website palomino sebagai profile responden tanpa melihat budget yang dimiliki oleh calon konsumen sebagai pertanyaan screening. Sehingga di sarankan pada penelitian selanjutnya untuk menggunakan batas budget yang dimiliki oleh calon konsumen sebagai pertanyaan
2. Pada penelitian ini, peneliti tidak menjadikan target market sebagai responden dalam penelitian sehingga kedepannya disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk dapat menggunakan target market sebagai kriteria responden.