

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini menganalisis hubungan antara *e-service quality*, *e-trust*, *e-satisfaction*, dan *e-loyalty* dalam layanan logistik e-commerce di Indonesia, meliputi penyedia seperti J&T, Shopee Express, JNE, SiCepat, dan GoSend. Seluruh indikator pada keempat variabel memenuhi uji validitas konvergen dan diskriminan, serta memenuhi uji reliabilitas juga.

Hasil uji hipotesis menunjukkan:

1. *E-service quality* berpengaruh signifikan terhadap *e-satisfaction*.
2. *E-trust* berpengaruh signifikan terhadap *e-satisfaction*.
3. *E-service quality* berpengaruh signifikan terhadap *e-loyalty*.
4. *E-trust* berpengaruh signifikan terhadap *e-loyalty*.
5. *E-satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *e-loyalty*.
6. *E-satisfaction* memediasi hubungan antara *e-service quality* dan *e-loyalty*.
7. *E-satisfaction* memediasi hubungan antara *e-trust* dan *e-loyalty*.

Secara keseluruhan, *e-service quality* dan *e-trust* merupakan faktor kunci dalam membentuk kepuasan dan loyalitas pelanggan pada layanan logistik e-commerce.

5.2 Saran

Dibawah ini merupakan saran yang dapat penulis berikan untuk platform *e-commerce*, penyedia logistik, dan penelitian yang akan mendatang:

5.2.1 Saran bagi Platform E-Commerce dan Penyedia Logistik

a. *E-Service Quality*

Untuk meningkatkan *e-service quality*, penyedia logistik seperti J&T, Shopee Express, JNE, SiCepat, dan GoSend dapat fokus pada penguatan ketepatan waktu pengiriman dengan menggunakan perangkat lunak optimasi rute berbasis AI yang dapat diimplementasikan dalam sistem manajemen mereka. Selain itu, penyedia perlu memperbarui antarmuka sistem pelacakan dengan desain yang lebih sederhana, seperti tombol status pengiriman yang jelas dan notifikasi otomatis via WhatsApp, untuk memudahkan pelanggan tracking paket. Terakhir, pelatihan mingguan bagi tim operasional juga dapat dilakukan untuk memastikan respons cepat terhadap pertanyaan pelanggan, sehingga meningkatkan kepuasan.

b. *E-Trust*

Untuk memperkuat *e-trust*, penyedia logistik disarankan menerapkan enkripsi SSL pada aplikasi pelacakan mereka guna melindungi data pelanggan, serta menampilkan rencana keamanan di platform untuk meyakinkan pengguna. Selanjutnya, penyedia layanan juga dapat memperkenalkan standar operasional pengiriman dengan jaminan pengiriman maksimal 48 jam di wilayah perkotaan, didukung oleh training kurir untuk meminimalkan keterlambatan. Terakhir, komunikasi transparan melalui email atau SMS tentang status pengiriman juga dapat memperkuat kepercayaan pelanggan.

c. *E-Satisfaction*

Untuk meningkatkan *e-satisfaction*, platform seperti Shopee dan Tokopedia dapat menyediakan informasi estimasi

pengiriman yang lebih akurat di halaman *checkout*, misalnya dengan menampilkan rentang waktu pengiriman berdasarkan data historis. Selanjutnya, penyedia logistik juga dapat meluncurkan fitur *live chat* dalam aplikasi yang dioperasikan oleh tim terlatih untuk menangani keluhan dalam waktu kurang dari 5 menit. Terakhir, survei kepuasan sederhana melalui *pop-up* di aplikasi setelah pengiriman selesai dapat membantu mengidentifikasi masalah spesifik, sehingga layanan dapat disesuaikan untuk memenuhi ekspektasi pelanggan.

d. E-Loyalty

Untuk meningkatkan *e-loyalty*, penyedia logistik dapat meluncurkan program referral berbasis aplikasi, seperti memberikan diskon Rp10.000 untuk pelanggan yang mengajak teman menggunakan layanan. Selanjutnya, untuk mendorong penggunaan jangka panjang, penyedia dapat menawarkan poin *reward* untuk setiap pengiriman, yang dapat ditukar dengan voucher pengiriman gratis setelah mencapai ambang tertentu. Terakhir notifikasi personalisasi, seperti pengingat diskon untuk pelanggan setia, juga dapat diterapkan dalam aplikasi untuk mempertahankan pelanggan di tengah persaingan.

5.2.2 Saran bagi Penelitian Mendatang

Saran untuk penelitian mendatang meliputi:

- a. Mengkaji layanan logistik lain di luar e-commerce, seperti Pos Indonesia, untuk perbandingan.
- b. Melibatkan responden dari negara lain di Asia Tenggara untuk perspektif regional.

- c. Menambahkan fokus pada responden yang secara spesifik menggunakan layanan logistik tertentu, seperti J&T, Shopee Express, JNE, SiCepat, atau GoSend, untuk memastikan data yang dikumpulkan lebih relevan dan terarah pada karakteristik layanan logistik tertentu.
- d. Menambahkan variabel seperti biaya pengiriman atau pengaruh ulasan pelanggan, sejalan dengan Khan et al. (2023).
- e. Menganalisis dampak kebijakan regulasi, seperti aturan KPPU, terhadap persaingan logistik *e-commerce*.

Rekomendasi ini diharapkan membantu platform *e-commerce* dan penyedia logistik meningkatkan daya saing, sementara penelitian mendatang dapat memperluas pemahaman tentang loyalitas pelanggan dalam logistik *e-commerce*.

