



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.

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 tujuh hipotesis penelitian yang diajukan ternyata tidak semuanya sesuai dengan hasil temuan Choi *et al.* (2012); Lu *et al.* (2012); Fang *et al.* (2011). Sehingga hasil dari model struktural tersebut dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Convenience* tidak memiliki pengaruh terhadap *Customer Satisfaction*.

Kemudahan dalam menggunakan *mobile application* Lazada tidak memiliki pengaruh untuk kepuasan pengguna *mobile application* Lazada. Hal ini disebabkan oleh mayoritas responden penelitian yang merupakan *generaton y* dan merupakan orang – orang yang *tech savvy* sehingga mampu menggunakan sebuah aplikasi dengan mudah, oleh karena itu kemudahan tidak mempengaruhi kepuasan saat menggunakan *mobile application* Lazada tersebut.

2. *Transaction Process* memiliki pengaruh terhadap *Customer Satisfaction*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin mudahnya konsumen dapat melakukan transaksi pembelian secara cepat, efisien,

dan sistematis, maka hal tersebut dapat meningkatkan kepuasan dari konsumen saat menggunakan *mobile application* Lazada.

3. *System Quality* memiliki pengaruh terhadap *Customer Satisfaction*.

Hal ini menunjukkan bahwa *system quality* yang dimiliki oleh *mobile application* Lazada mempunyai kualitas yang cukup baik sehingga mampu memberikan kepuasan kepada konsumen *mobile application* Lazada saat menggunakannya.

4. *Content Reliability* memiliki pengaruh terhadap *Customer Satisfaction*.

Hal ini menunjukkan bahwa Lazada mampu memberikan sebuah produk yang sesuai dengan keinginan konsumen sehingga mampu meningkatkan kepuasan konsumen saat barang yang dikirimkan tersebut sesuai dengan barang yang diinginkan.

5. *Customer Satisfaction* memiliki pengaruh berlawanan terhadap

Customer Complaint. Hal ini disebabkan karena *complaint* atau keluhan yang disampaikan oleh konsumen dapat terselesaikan dengan baik oleh *customer service* Lazada sehingga ketika *complaint* atau keluhan tersebut dapat diselesaikan dengan baik dan cepat maka dapat meningkatkan kepuasan dari konsumen *mobile application* Lazada.

6. *Customer Complaint* memiliki pengaruh terhadap *Repurchase*

Intention. Hal ini menunjukkan bahwa apabila konsumen mengalami semua gangguan saat menggunakan atau melakukan transaksi melalui *mobile application* Lazada dan kemudian mereka menyampaikan keluhan kepada *customer service* Lazada, maka hal tersebut membuat

konsumen tidak ingin melakukan pembelian kembali melalui *mobile application* Lazada tersebut.

7. *Customer Satisfaction* memiliki pengaruh terhadap *Repurchase Intention*. Hal ini menunjukkan apabila konsumen merasakan kepuasan saat menggunakan atau melakukan proses transaksi melalui *mobile application* Lazada maka hal tersebut dapat membuat konsumen akan melakukan pembelian kembali melalui *mobile application* Lazada.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Bagi Perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Customer Satisfaction* dipengaruhi oleh *Transaction Process*, *System Quality*, dan *Content Reliability*, sedangkan *Repurchase Intention* dipengaruhi oleh *Customer Complaint* dan *Customer Satisfaction*. Selain itu *Convenience* tidak memiliki pengaruh terhadap *Customer Satisfaction* dan *Customer Satisfaction* tidak memiliki pengaruh terhadap *Customer Complaint*. Maka saran yang dapat disampaikan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Proses transaksi melalui *mobile application* Lazada telah dianggap cepat, efisien, dan sistematis oleh pengguna *mobile application* tersebut. Hanya saja perlu ditambahkan sebuah fitur baru misalnya seperti *pop-out box* untuk melakukan pembayaran melalui *internet banking* sehingga orang – orang tidak perlu membuka sebuah *tab* baru melalui *smartphone* mereka dan dapat mengakses *internet banking* tersebut langsung melalui *mobile application* Lazada.

2. *System quality* yang dinilai cukup oleh para responden, untuk kedepannya disarankan untuk terus melakukan *maintenance* secara berkala untuk menjaga konsistensi dan kestabilan dari *mobile application* Lazada agar tidak mengalami *freeze* atau berhenti secara tiba – tiba saat digunakan oleh konsumen.
3. Konsistensi dari layanan Lazada yang harus dijaga seperti pengiriman barang yang sesuai dengan deskripsi produk yang ditampilkan pada katalog kategori dalam *mobile application* Lazada. Hal tersebut dapat ditingkatkan melalui *quality control* dari pemilihan *supplier* atau *vendor* hingga pengiriman barang.
4. *Customer service* merupakan salah satu faktor yang cukup penting untuk mengurangi jumlah keluhan atau *complaint* yang masuk terhadap *mobile application* Lazada, sehingga disarankan untuk melakukan *training* kepada sumber daya manusia di bagian *customer service* agar dapat melayani dan menyelesaikan *complaint* atau keluhan yang disampaikan dengan baik dan cepat.
5. Meningkatkan kepuasan pelanggan merupakan faktor yang penting agar dapat meningkatkan intensitas pembelian kembali dari konsumen Lazada. Oleh karena itu disarankan untuk melakukan lebih banyak promosi atau *discount* seperti potongan harga 10% untuk pembelian selanjutnya dan *discount* bagi para konsumen Lazada yang sedang berulang tahun.

5.2.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya

1. Pada penelitian ini, *convenience* tidak memiliki pengaruh terhadap *customer satisfaction* dan *customer complaint* tidak memiliki pengaruh terhadap *customer satisfaction* sehingga pada penelitian selanjutnya apabila ingin menggunakan variabel tersebut, disarankan untuk memperbaiki indikator pada variabel *convenience* dan *customer satisfaction*.
2. Pada penelitian ini, hanya meneliti *mobile application* Lazada pada Android. Disarankan pada penelitian selanjutnya untuk menggunakan *mobile application* Lazada pada iOS sehingga memiliki perbandingan antara *complaint* pada *mobile application* Android dengan iOS.

