

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Setelah dilakukan analisis menggunakan data primer, maka peneliti dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. H<sub>1</sub> menyatakan adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara *e-service quality* terhadap *perceived risk* karena memiliki nilai *t-value* sebesar 6,633. Oleh karena itu H<sub>1</sub> diterima.
2. H<sub>2</sub> dinyatakan ditolak karena hubungan antara *perceived risk* terhadap *customer satisfaction* tidak signifikan karena nilai *t-value* sebesar -0,971.
3. H<sub>3</sub> menyatakan adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara *customer satisfaction* terhadap *word of mouth* karena memiliki nilai *t-value* sebesar 9,131. Oleh karena itu H<sub>3</sub> diterima.

#### **B. Implikasi**

Berdasarkan hasil analisis data, ditemukan adanya pengaruh *e-service quality* terhadap *customer satisfaction* dan *customer satisfaction* terhadap *word of mouth*. Adapun aspek-aspek yang harus ditingkatkan pada *e-service quality* dan *customer satisfaction*, meliputi:

1. Berdasarkan data responden yang ada, ditemukan bahwa indikator pernyataan “Perusahaan Zalora Indonesia mudah untuk untuk dihubungi” menjadi indikator yang paling banyak tidak disetujui

responden. Pelanggan Zalora Indonesia merasa bahwa pihak Zalora Indonesia tidak mudah untuk dihubungi yang dapat mengurangi *customer satisfaction* mereka nantinya. Sehingga untuk lebih meningkatkan preferensi pelanggan terkait kemudahan untuk menghubungi Zalora Indonesia, maka pihak Zalora Indonesia sebaiknya memberikan layanan yang lebih maksimal untuk pelanggan mereka seperti layanan *customer service* 24 jam dan memberikan respon yang cepat bagi para pelanggan.

2. Berdasarkan data responden yang ada, ditemukan bahwa indikator pernyataan “Secara umum senang dengan layanan *online* Zalora Indonesia” menjadi indikator yang paling banyak responden tidak setuju. Maka dari itu, sebaiknya pihak Zalora Indonesia terus memperbaiki layanan *online* mereka agar pelanggan dapat menciptakan *word of mouth* tentang berbelanja di Zalora Indonesia dengan seperti meningkatkan layanan pengiriman barang ataupun cepat tanggap melayani keluhan pelanggan.

### **C. Saran**

Berdasarkan hasil analisis data dan kesimpulan yang dikemukakan, maka peneliti dapat memberi saran sebagai berikut:

1. Saran Praktis
  - a. Perusahaan Zalora Indonesia sebaiknya dapat meningkatkan *e-service quality* mereka dengan memperbaiki layanan keluhan pelanggan dan pengembalian barang mereka. Contohnya dengan

cara mempercepat respon pelanggan tidak hanya melalui *e-mail* dan nomor pengaduan namun juga dengan media sosial. Karena jika *e-service quality* mereka baik maka *customer satisfaction* juga akan meningkat.

- b. Perusahaan Zalora Indonesia sebaiknya dapat mempertahankan *customer satisfaction* dengan layanan yang baik. Contohnya dengan cara membuat *platform* atau forum fashion tersendiri bagi pelanggan yang dapat membuat pelanggan dapat berinteraksi satu sama lain dan juga pihak Zalora Indonesia dapat membuat *event-event* yang berkaitan dengan *fashion* bagi pelanggan. Ini bertujuan agar pelanggan-pelanggan Zalora Indonesia dapat menciptakan *word of mouth* yang positif kepada orang lain maupun orang yang di sekitarnya.

## 2. Saran Teoritis

- a. Peneliti berharap kepada peneliti lain yang melanjutkan penelitian dengan tema dan subjek yang sama mampu mengembangkan model penelitian ini menjadi lebih kompleks misalnya dengan menambah variabel baru dan dapat menyempurnakan penelitian-penelitian terdahulunya.
- b. Penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan sampel yang lebih besar sehingga kevalidan dan kereliabilisan data dapat meningkat.