

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan kajian teoretik dan deskripsi hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas informasi dan pengiriman terdapat pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Lazada pada mahasiswa Universitas Negeri Jakarta yaitu 84,5% sedangkan sisanya 15,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Persamaan regresi berganda $\hat{Y} = 4,104 + 0,400 X_1 + 0,439 X_2$. Dari model persamaan regresi berganda di atas dapat diinterpretasikan bahwa, apabila kualitas informasi (X_1) mengalami peningkatan sebesar 1 poin, maka kepuasan pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 0,400 pada konstanta sebesar 4,104. Sementara itu, apabila pengiriman (X_2) mengalami peningkatan sebesar 1 poin maka kepuasan pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 0,439 pada konstanta 4,104.

1. Kualitas informasi dengan Kepuasan pelanggan

Kualitas informasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada mahasiswa Universitas Negeri Jakarta. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas informasi sebesar 84,5% dan sisanya 15,5% ditentukan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti. Persamaan regresi $\hat{Y} = 3,795 + 0,846 X_1$. Koefisien X_1 bernilai positif

artinya kualitas informasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut menjelaskan bahwa semakin meningkat kualitas informasi maka semakin meningkat pula kepuasan pelanggan.

2. Pengiriman dengan Kepuasan pelanggan

Pengiriman memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada mahasiswa Universitas Negeri Jakarta. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh pengiriman sebesar 84,1% dan sisanya 15,9% ditentukan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti. Persamaan regresi $\hat{Y} = 4,484 + 0,831 X_2$. Koefisien X_2 bernilai positif artinya pengiriman memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut menjelaskan bahwa semakin meningkat pengiriman maka semakin meningkat pula kepuasan pelanggan.

B. Implikasi

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan, hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas informasi dan pengiriman merupakan beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kualitas informasi dan pengiriman juga berpengaruh positif dan signifikan dengan kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan.

Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan variabel kualitas informasi dan pengiriman terhadap kepuasan pelanggan, dapat dikatakan bahwa semakin berkualitas informasi yang didapatkan dari Lazada, maka akan

meningkat pula terhadap kepuasan pelanggan. Begitupun dengan pengiriman, semakin tepat dan bagus barang yang diterima dari Lazada, maka akan meningkat pula terhadap kepuasan pelanggan. Dengan alasan faktor tersebutlah, maka harus dimaksimalkan dalam memuaskan pelanggan sehingga dapat mengurangi komplain-komplain para pelanggan yang telah berbelanja di Lazada terutama dari kalangan mahasiswa yang dominan dalam belanja *online*.

Berdasarkan hasil analisis pengolahan data, rata-rata hitung skor masing-masing indikator dari variabel kepuasan pelanggan terlihat bahwa indikator yang memiliki skor tertinggi adalah indikator puas dengan belanja *online* sebesar 20,36%. Tingginya presentase tersebut menggambarkan bahwa mahasiswa memang sangat menyukai belanja online. Sedangkan yang memiliki skor terendah adalah indikator keunggulan penggunaan sebesar 19,31%. Rendahnya presentase tersebut dikarenakan menurut mahasiswa, Lazada masih kurang unggul dibanding para pesaingnya. Hal ini menunjukkan bahwa harus ada peningkatan keunggulan yang dilakukan oleh Lazada, agar Lazada bisa menjadi situs belanja *online* nomor satu dan bisa menggungguli para pesaingnya.

Lalu hasil analisis pengolahan data, rata-rata hitung skor masing-masing indikator dari variabel kualitas informasi terlihat bahwa indikator yang memiliki skor tertinggi adalah indikator informasi tepat waktu sebesar 20,24%. Tingginya presentase tersebut menggambarkan bahwa Lazada selalu memperbaharui informasi yang disajikan. Sedangkan yang memiliki skor

terendah adalah indikator informasi akurat yaitu sebesar 19,74%. Rendahnya presentase tersebut dikarenakan Lazada kurang teliti dan masih terdapat kesalahan dalam penyajian informasinya. Hal ini menunjukkan bahwa harus hati-hati dalam penyajian informasi, informasi yang disajikan haruslah bebas dari kesalahan agar pelanggan Lazada puas dengan sajian informasi yang didapatkan dari Lazada.

Selanjutnya hasil analisis pengolahan data, rata-rata hitung skor masing-masing indikator dari variabel pengiriman terlihat bahwa indikator yang memiliki skor tertinggi adalah indikator pengiriman produk di akhir pekan yaitu sebesar 17,04 %. Tingginya presentase tersebut menggambarkan bahwa Lazada selalu tepat waktu dalam pengiriman dikarenakan Lazada juga mengirim barang di akhir pekan. Sedangkan yang memiliki skor terendah adalah indikator bebas biaya kirim yaitu sebesar 15,61%. Rendahnya presentase tersebut dikarenakan Lazada menyediakan *voucher* gratis ongkos kirim yang terbatas dan terkadang Lazada meminta tambahan biaya ongkos kirim, sehingga pelanggan Lazada kurang menyukai pengiriman dari Lazada. Hal ini menunjukkan bahwa Lazada harus meningkatkan layanan pengiriman agar pelanggan Lazada merasa puas saat berbelanja *online* di Lazada.

Dari beberapa skor indikator di atas, maka Lazada harus mempertahankan indikator yang mempunyai skor tertinggi sehingga dapat mencapai kepuasan pelanggan yang maksimal.

C. Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pada pengalaman langsung peneliti dalam proses penelitian ini, ada beberapa keterbatasan yang dialami dan dapat menjadi beberapa faktor yang agar dapat untuk lebih diperhatikan bagi peneliti-peneliti yang akan datang dalam lebih menyempurnakan penelitiannya karena penelitian ini sendiri tentu memiliki kekurangan yang perlu terus diperbaiki dalam penelitian-penelitian kedepannya. Beberapa keterbatasan dalam penelitian tersebut, antara lain:

- a. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Lazada dalam penelitian ini hanya terdiri dari dua variabel, yaitu kualitas informasi dan pengiriman. Sedangkan masih banyak faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.
- b. Faktor lain yang menjadi keterbatasan dalam penelitian ini adalah populasi penelitian ini merupakan mahasiswa Universitas Negeri Jakarta yang pernah berbelanja *online* di Lazada.
- c. Keterbatasan selanjutnya adalah metode penelitian dan teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah metode survei dan teknik analisis data regresi linier berganda.
- d. Masih terdapat jawaban kuesioner yang tidak konsisten menurut pengamatan peneliti. Karena responden yang cenderung kurang teliti terhadap pernyataan yang ada sehingga terjadi tidak konsisten terhadap jawaban kuesioner.

D. Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan, maka rekomendasi penelitian ini ditunjukkan kepada pihak-pihak yang terkait yaitu, pada perusahaan Lazada dan peneliti selanjutnya sebagai berikut:

1. Perusahaan Lazada

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas informasi dan pengiriman berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, rekomendasi penelitian ini antara lain:

- a. Lazada seharusnya meningkatkan keunggulan agar Lazada mampu menjadi situs belanja *online* yang paling unggul dibanding pesaingnya. Terutama meningkatkan dari segi kualitas informasi dan pengiriman, maupun meningkatkan dari segi faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.
- b. Lazada seharusnya memberikan kualitas informasi yang lebih akurat dan bebas dari kesalahan dalam menyajikan informasi, seperti karyawan Lazada harus mengecek kembali informasi yang akan disajikan. Dalam hal ini dibutuhkan beberapa karyawan karena semakin banyak orang yang mengecek kembali informasi maka tentunya informasi yang akan disajikan sudah pasti bebas dari kesalahan. Sehingga, hal ini dapat meningkatkan kepuasan pelanggan di Lazada.
- c. Lazada seharusnya meningkatkan layanan pengiriman yang lebih baik

seperti Lazada memberikan tambahan voucher gratis ongkos kirim dengan ketentuan syarat dan tidak ada penambahan biaya ongkos kirim. Sehingga, hal ini dapat meningkatkan kepuasan pelanggan di Lazada.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

- a. Pada penelitian ini hanya menguji dua variabel yaitu yaitu kualitas informasi dan pengiriman pada kepuasan pelanggan Lazada, sehingga pada penelitian selanjutnya direkomendasikan untuk dapat menambah variabel lainnya.
- b. Pada penelitian ini pemilihan populasi hanya pada mahasiswa Universitas Negeri Jakarta dan teknik pengambilan sampel dilakukan secara *purposive sampling*, sehingga pada penelitian selanjutnya direkomendasikan untuk dapat memperluas populasi penelitian yang mencakup mahasiswa di Jakarta atau Jabodetabek.
- c. Pada penelitian ini menggunakan metode survei dan teknik analisis data regresi linier berganda, sehingga pada penelitian selanjutnya direkomendasikan untuk dapat menggunakan metode penelitian dan teknik analisis data yang lebih beragam dan sesuai dengan penelitian yang dilakukan.
- d. Agar mendapatkan suatu model penelitian yang baik dengan didukung oleh teori yang kuat pada penelitian selanjutnya direkomendasikan untuk lebih memperbanyak referensi penelitian yang mampu

mendukung topik yang diteliti.