

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Perkembangan belanja *online* melalui *marketplace* sudah sangat dikenal baik oleh khalayak ramai. Lazada merupakan destinasi belanja dan berjualan *online* nomor satu di Asia Tenggara dan belum adanya penelitian mengenai Lazada yang menggunakan Persepsi Kemudahan Penggunaan, Manfaat yang Dirasakan, dan Kepuasan Pelanggan membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Manfaat yang Dirasakan sebagai variabel *Independen* dan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel *Dependen*, maka atas dasar penjabaran pemikiran di ataslah, penulis tertarik untuk melakukan penelitian berjudul “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Manfaat yang Dirasakan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Lazada Pada Mahasiswa Di Jabodetabek”.

Lokasi yang dipilih dalam melakukan penelitian ini adalah wilayah di Jabodetabek, alasan pemilihan lokasi di wilayah Jabodetabek karena berdasarkan survei awal yang peneliti lakukan di wilayah Jabodetabek terdapat masalah mengenai kepuasan pelanggan pada mahasiswa di Jabodetabek, yaitu persepsi kemudahan dan manfaat yang dirasakan selama penggunaan.

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif. Uji hipotesis pada penelitian ini menggunakan *Structural Equation*

Modelling (SEM). Dalam penelitian ini yang menjadi target populasi adalah seluruh mahasiswa di wilayah Jabodetabek.

Metode *sampling* yang digunakan pada penelitian ini adalah *purposive sampling*. Batasan *purposive sampling* ini adalah mahasiswa di Jabodetabek yang menggunakan Lazada minimal 3 kali selama 6 bulan terakhir. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan data primer. Penelitian ini menggunakan kuesioner dengan skala *Likert*. Peneliti mengambil skala *Likert* pilihan enam, Adapun kegunaan dari skala *Likert* enam ini agar responden tidak memberikan pada kategori tengah atau netral yang dapat membuat peneliti tidak memperoleh informasi. Peneliti menggunakan SEM (*Structural Equation Modeling*) dengan perangkat lunak yang digunakan yaitu AMOS dan SPSS untuk melakukan pengolahan dan analisis data. Uji validitas kuesioner dalam penelitian peran persepsi kemudahan penggunaan dan manfaat yang dirasakan dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan, dengan menggunakan program SPSS versi 24. Uji reliabilitas pada kuesioner dilakukan dengan menggunakan metode *Cronbach's Alpha*. Analisis dalam penelitian ini menggunakan SEM (*Structural Equation Modelling*) atau Permodelan Persamaan Struktural.

1. Hipotesis pertama yang menyatakan bahwa Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif terhadap Manfaat yang Dirasakan **Diterima**. Karena hasil pengujian menunjukkan bahwa Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Manfaat yang Dirasakan. Sehingga dapat diambil kesimpulan jika Persepsi Kemudahan Penggunaan atau *Perceived Ease of Use*

merupakan penyebab timbulnya Manfaat yang Dirasakan atau *Perceived Usefulness* terhadap penggunaan Lazada. Kesimpulan tersebut berdasarkan pada nilai C.R sebesar $7.225 \geq 1.967$ dan P sebesar $0.000 \leq 0.05$ pada *Regression Weights* serta nilai *estimate standardized regression weights* menunjukkan pengaruh sebesar 0.760.

2. Hipotesis kedua menyatakan menyatakan bahwa Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan **Diterima**. Karena hasil pengujian menunjukkan bahwa Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Sehingga dapat diambil kesimpulan jika Persepsi Kemudahan Penggunaan atau *Perceived Ease of Use* merupakan penyebab timbulnya Kepuasan Pelanggan atau *Customer Satisfaction* terhadap penggunaan Lazada. Kesimpulan tersebut berdasarkan pada nilai C.R sebesar $7.270 \geq 1.967$ dan P sebesar $0.000 \leq 0.05$ pada *Regression Weights* serta nilai *estimate standardized regression weights* menunjukkan pengaruh sebesar 0.733.
3. Hipotesis ketiga menyatakan bahwa Manfaat yang Dirasakan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan **Diterima**. Karena hasil pengujian menunjukkan bahwa Manfaat yang Dirasakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Sehingga dapat diambil kesimpulan jika Manfaat yang Dirasakan atau *Perceived Usefulness* merupakan penyebab timbulnya Kepuasan

Pelanggan atau *Customer Satisfaction* terhadap penggunaan Lazada. Kesimpulan tersebut berdasarkan pada nilai C.R sebesar $3.197 \geq 1.967$ dan P sebesar $0.001 \leq 0.05$ pada *Regression Weights* serta nilai *estimate standardized regression weights* menunjukkan pengaruh sebesar 0.323.

B. Implikasi

Dari penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel X pada penelitian ini memiliki pengaruh yang positif terhadap variabel Y, namun pada hasil analisis deskriptif terdapat beberapa implikasi manajerial yang dapat di perbaiki yaitu:

a. Variabel *Customer Satisfaction* (Y)

Pada variabel *Customer Satisfaction* pernyataan “Saya akan terus membeli produk secara online melalui Lazada” terdapat beberapa responden menjawab tidak setuju. Hal ini membuktikan bahwa Lazada belum dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan berdasarkan evaluasi terhadap penggunaan Lazada akibatnya pelanggan kurang merasa puas terhadap Lazada.

b. Variabel *Perceived Ease of Use* (X1)

Pada variabel *Perceived Ease of Use* pernyataan “Saya dapat berbelanja menggunakan Lazada tanpa bantuan” terdapat beberapa responden menjawab tidak setuju. Hal ini membuktikan bahwa Lazada tidak dapat dengan mudah digunakan dan dipahami sehingga pelanggan merasa berat untuk menggunakan Lazada.

c. Variabel Perceived Usefulness (X2)

Pada variabel Perceived Usefulness pernyataan PU 2, PU 6, PU 7, PU 8, dan PU 9 terdapat beberapa responden menjawab tidak setuju. Hal ini membuktikan dalam melakukan belanja di Lazada kurang efisien sehingga dapat membuat proses keputusan untuk melakukan pembelian kurang baik.

C. Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pada pengalaman langsung peneliti dalam proses penelitian ini, ada beberapa keterbatasan yang dialami dan dapat menjadi beberapa faktor yang agar 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:

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Lazada dalam penelitian ini hanya terdiri dari dua variabel yaitu persepsi kemudahan penggunaan dan manfaat yang dirasakan. Sedangkan masih banyak faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.
2. Faktor lain yang menjadi keterbatasan dalam penelitian ini adalah populasi penelitian ini merupakan mahasiswa di wilayah Jabodetabek yang menggunakan Lazada minimal 3 kali selama 6 bulan terakhir.
3. Keterbatasan selanjutnya adalah metode penelitian dan teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah metode survei dan teknik analisis data SEM AMOS.

4. 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 persepsi kemudahan penggunaan dan manfaat yang dirasakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, rekomendasi penelitian ini bagi perusahaan antara lain:

- a. Lazada seharusnya melakukan kegiatan efektif yang dapat meningkatkan persepsi kemudahan penggunaan dan manfaat yang dirasakan ketika menggunakan Lazada, maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan terhadap Lazada.
- b. Lazada seharusnya memberikan sistem yang lebih mudah dimengerti dan dipahami sehingga hal tersebut dapat meningkatkan kepuasan pelanggan pada Lazada.
- c. Lazada seharusnya meningkatkan informasi produk jelas yang dibutuhkan sehingga pelanggan merasa lebih efektif, hal tersebut dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan dan manfaat yang dirasakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, rekomendasi penelitian ini bagi penelitian selanjutnya antara lain:

- a. Pada penelitian ini hanya menguji dua variabel yaitu persepsi kemudahan penggunaan dan manfaat yang dirasakan, sehingga pada penelitian selanjutnya direkomendasikan untuk dapat menambah variabel lainnya.
- b. Pada penelitian ini pemilihan populasi hanya pada mahasiswa di wilayah Jabodetabek dan teknik pengambilan sampel dilakukan secara *purposive sampling*, sehingga pada penelitian selanjutnya direkomendasikan untuk dapat memperluas populasi penelitian yang mencakup mahasiswa di Indonesia.
- c. Pada penelitian ini menggunakan metode survei dan teknik analisis data SEM AMOS, 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.