

BAB V

Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian tentang pengaruh kualitas jasa layanan website dengan loyalitas pelanggan adalah :

- Perusahaan telah memberikan layanan informasi dan komunikasi secara selektif dan agresif dalam lingkungan masyarakat informatif global yang mampu memberikan nilai maksimal bagi pelanggan. Beberapa terobosan yang dilakukan bagi kemudahan para pengguna internet yaitu penyederhanaan metode akses dan mengurangi harga layanan total, memperluas daya tarik pasar, memperbaiki strategi komunikasi, mengembangkan konten dengan bahasa Indonesia. Dan yang berikutnya menciptakan rantai nilai dan bisnis *e-commerce* melalui pembentukan platform transaksi yang handal dan aman, dan yang terakhir menciptakan kesadaran informasi sebagai bagian yang tak terpisahkan dan sejalan dengan program pemerintah menuju masyarakat informatif.
- Melalui layanan Website tersebut dengan solusi total yang diberikan, dimana terdapat kelengkapan fasilitas transaksi, kemudahan transaksi, keamanan transaksi, informasi yang lengkap dan respon perusahaan yang siap melayani pelanggan, telah membantu pelanggan dalam mempromosikan dan memasarkan produknya, juga menemukan produk yang baik untuk mereka. Timbal balik yang diberikan pelanggan adalah dengan loyalitas yang ditandai dengan adanya pembelian ulang secara teratur, adanya pembelian antarlini produk dan jasa, memberikan referensi kepada orang lain, dan kebal terhadap tarikan pesaing, sehingga dengan demikian dari hasil penelitian yang dilakukan

memperlihatkan adanya hubungan yang cukup erat antara kualitas jasa layanan website dengan loyalitas pelanggan.

5.2 Saran

Setelah mengadakan penelitian, maka penulis memberikan saran yang mungkin dapat digunakan sebagai dasar pertimbangan dan masukan bagi pemasar *online* yaitu :

- Kelengkapan fasilitas masih perlu dikembangkan, untuk itu harus lebih giat dalam berkreasi dan melakukan inovasi, berusaha mencari informasi tentang apa saja yang diperlukan konsumen sebagai pembeli dari internet maupun konsumen sebagai pihak penjual dalam bertransaksi secara *on-line*.
- Dalam hal kemudahan koneksi sebagian besar dari responden menjawab mudah, namun perusahaan masih perlu membenahi dengan meningkatkan kapasitas *bandwith* karena sebagian kecil dari responden pernah mengalami kesulitan untuk menghubungkan diri dengan *commerce transaction engines*.
- Untuk meyakinkan konsumen tentang keamanan bertransaksi di internet, Web secara terus menerus melakukan sosialisasi dengan konsumen mempromosikan layanannya untuk menghapus keraguan konsumen dalam bertransaksi secara *on-line*.
- Hasil yang diperoleh dari responden tentang kecepatan dan kenyamanan menunjukkan sebagian kecil memberikan jawaban negatif. Hal tersebut bisa disebabkan oleh *hardware* dan *software* yang digunakan konsumen, namun demikian Web bukan berarti dapat mengabaikan hal tersebut. Untuk itu perlu disediakan fasilitas seperti *dial up* telepon melalui perangkat satelit *receiver* dengan sistem LAN (*Local Area Network*)