

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian data dan pembahasan yang telah dilakukan diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. *Service quality* dimoderasi *Customer product knowledge* memberikan pengaruh negatif sebesar 0,00054 atau 0,054% terhadap *Online customer loyalty*;
2. *Sacrifice* memberikan pengaruh positif sebesar 0,15198 atau 15,19% terhadap *Online customer loyalty*;
3. *Service outcome* dimoderasi *Customer product knowledge* memberikan pengaruh positif sebesar 0,349866 atau 34,98% terhadap *Online customer loyalty*;
4. *Service quality*, *Sacrifice*, *Service outcome* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap *Online customer loyalty* dengan pengaruh sebesar 50,1% sedangkan sisanya sebesar 49,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diamati di dalam penelitian ini;
5. *Service quality*, *Sacrifice*, *Service outcome* yang dimoderasi *Customer product knowledge* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap *Online customer loyalty* dengan pengaruh sebesar 50,1% sedangkan sisanya sebesar 49,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diamati di dalam penelitian

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini masih mempunyai keterbatasan-keterbatasan yang dihadapi peneliti. Melihat keterbatasan ini, diharapkan dapat dilakukan perbaikan untuk penelitian yang akan datang. Adapun keterbatasan yang dihadapi peneliti dalam penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini hanya memfokuskan pada variabel *service quality*, *sacrifice*, *service outcome* yang dilihat pengaruhnya terhadap *online customer loyalty* yang dimoderasi oleh *customer product knowledge*. Model penelitian yang digunakan tersebut hanya mampu menjelaskan 50,1% variasi dalam *online customer loyalty*, sedangkan 49,9% disebabkan oleh faktor-faktor lain diluar model.
2. Keterbatasan waktu dalam penyusunan Tugas Akhir, maka peneliti hanya menggunakan sampel sejumlah 155 yang terdiri dari mahasiswa Universitas Kristen Maranatha dan masyarakat di Kota Bandung sehingga tidak dapat mewakili dari seluruh populasi yang ada.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan saran yang diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi pihak – pihak terkait. Adapun saran – saran tersebut adalah sebagai berikut:

1. Peneliti menyarankan bagi peneliti selanjutnya untuk dapat melakukan penelitian untuk dapat meneliti faktor – faktor dan variabel selain dengan variabel *service quality*, *sacrifice*, *service outcome* yang telah peneliti lakukan. Dengan demikian para peneliti selanjutnya bisa memiliki perspektif luas mengenai hal – hal yang dapat memunculkan loyalitas pelanggan *online*.
2. Peneliti menyarankan kepada Zalora.co.id, untuk dapat terus memertahankan *service quality*, *sacrifice*, *service outcome* yang baik dengan tujuan dapat mendorong loyalitas pelanggan *online* yang semakin baik. Serta, selalu memberikan informasi yang *detail* mengenai berbagai produk yang ditawarkan agar dapat meningkatkan pengetahuan produk pada konsumen.