

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah diungkapkan pada BAB IV, maka peneliti dapat mengambil kesimpulan, sebagai berikut:

1. Peneliti menemukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada konsumen produk fashion Zalora yang diteliti
2. Pengaruh yang ada adalah pengaruh positif, dimana peningkatan penilaian terhadap Kualitas Pelayanan akan meningkatkan Keputusan Pembelian
3. Sebanyak 92.9% dari keputusan pembelian Konsumen produk fashion Zalora terjadi karena Kualitas Layanan.

5.2. Keterbatasan Penelitian

1. Peneliti melakukan penelitian ini dengan objek Website Zalora, yang kebanyakan memasarkan produk Fashion dan aksesoris Fashion. Dengan demikian, hasil penelitian ini hanya dapat diterapkan pada website yang sejenis
2. Peneliti melakukan penelitian untuk mengukur variabel Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian, yang merupakan bagian dari *Marketing Mix* Process sebagai bagian dari pemasaran. Hal ini membuat hasil penelitian ini tidak dapat digeneralisasikan pada bentuk *Marketing Mix* lain.

3. Penelitian ini hanya dilakukan dengan jumlah sampel yang minim yaitu 153 orang dan juga jenis/kelompok responden yang hanya di kalangan mahasiswa Universitas Kristen Maranatha.

5.3. Implikasi manajerial

Peneliti menemukan bahwa Terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen produk fashion Zalora. Dengan demikian, perusahaan harus berkomitmen untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada para pengguna, dengan harapan hal tersebut dapat mendorong Keputusan Pembelian bukan hanya pada para konsumen tetap, namun juga pada para pengunjung yang baru mengunjungi website Zalora.

5.4. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian bahwa keputusan pembelian produk *fashion* pada situs web Zalora dalam kategori sedang, hal ini berarti bahwa kualitas pelayanan yang diberikan situs web Zalora perlu ditingkatkan lagi seperti menjual produk yang unik dan berbeda dari pesaing serta memberikan pelayanan yang lebih cepat, ramah, dan tanggap kepada konsumen agar bisa memuaskan konsumen dan meyakinkan konsumen untuk melakukan pembelian produk *fashion* di situs web Zalora tersebut.
2. Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan metode lain dalam meneliti kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian, misalnya melalui wawancara

mendalam terhadap responden, sehingga informasi yang diperoleh dapat lebih bervariasi daripada angket yang jawabannya telah tersedia.

3. Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yang bukan hanya di kalangan mahasiswa tetapi bisa juga dari kalangan lain yang pernah berbelanja online di situs web Zalora, sehingga jawaban yang diperoleh lebih beragam dari sudut pandang yang berbeda.

4. Untuk peneliti selanjutnya, peneliti menemukan bahwa item no. 4 (X4) untuk kuesioner Kualitas Layanan yang berbunyi “Situs web Zalora dapat diakses dimanapun” merupakan item yang tidak valid. Untuk itu, peneliti menyarankan perbaikan “Situs Web Zalora dapat diakses dengan menggunakan *gadget* apapun”, untuk dapat mewakili variabel Kepuasan pelayanan dengan lebih baik.

