

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data, peneliti menemukan bahwa:

1. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen toko Online di kota Bandung.
2. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan dan perceived value terhadap Kepuasan Konsumen toko Online di kota Bandung.
3. Sejumlah 60.2% kepuasan konsumen toko Online dipengaruhi bersama-sama antara Perceived Value dan Service Quality
4. Variabel mediasi, yaitu Perceived Value sebagai variabel mediator yang dapat memunculkan kepuasan konsumen.

5.2. Implikasi manajerial

Berdasarkan peneliian yang dilakukan, saran yang dapat diberikan kepada para pemilik toko online atau web online di Bandung diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji data yang dilakukan, pelaku bisnis online harus mempertahankan kualitas pelayanan, karena kualitas pelayanan dapat memunculkan kepuasan konsumen. Untuk itu, perusahaan harus dapat mempertahankan pelayanan yang ramah, dan tetap

memiliki komitmen untuk melakukan pengiriman, maupun meresponi keluhan konsumen, agar dapat memastikan terjadinya *repeat order* dari para konsumen

2. Disarankan agar para pelaku bisnis online melakukan riset lanjutan terhadap variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, selain kualitas layanan, seperti harga atau *subjective norms*.

5.3. Keterbatasan Penelitian

1. Item-item pertanyaan di kuesioner terfokus pada pengalaman responden yang terbiasa menggunakan layanan jasa online shop saja, namun kurang akurat bagi pengguna baru
2. Keterbatasan waktu serta lingkungan hanya terdiri dari lingkungan mahasiswa Universitas Kristen Maranatha saja sehingga selain mahasiswa Universitas Kristen Maranatha tidak dapat mengisi suara untuk kuesioner tersebut
3. Adanya banyak karakter atau sistem pelaku dan web bisnis yang memiliki keragaman dan perbedaan dalam memberikan pelayanan dan penanganan konsumen, sehingga menyebabkan kemungkinan terjadinya perbedaan pengalaman.