

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

5.1.1 Identitas Responden

Berdasarkan dari hasil kuesioner yang disebarakan oleh peneliti, peneliti mendapatkan bahwa responden yang menjawab kuesioner adalah sejumlah 111 orang, yang terbagi dalam 38 orang responden laki-laki dan 73 responden perempuan. Selain itu peneliti juga memperoleh responden dengan berbagai umur diantara umur 19 tahun sampai 21 tahun, 22 tahun sampai 25 tahun, diatas 25 tahun juga di bawah 18 tahun dan paling banyak diantara umur responden yang di berikan kuisoner penelitian tersebut adalah 19 tahun sampai 21 tahun.

Responden yang di teliti berasal dari kalangan universitas Kristen masyarakat maranatha yang di berikan kuisoner tersebut.

5.1.2 Hasil Pengujian

5.1.2.1 Uji Analisis Data

Berdasarkan hasil penelitian, maka kesimpulan penelitian ini adalah :

- *E-service quality* berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen sebesar 44,5% variasi perubahan keputusan pembelian konsumen. dapat dijelaskan oleh *E-service quality* sedangkan 55,5% dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model.

Berdasarkan penelitian yang di lakukan oleh peneliti membuktikan bahwa faktor *e-service quality* tidak memiliki pengaruh yang cukup tinggi terhadap keputusan pembelian konsumen bahwa konsumen lebih memilih faktor lain nya, faktor lain pun yang tidak di amati dalam penelitian ini.

5.2 Implikasi Penelitian

5.2.1 Implikasi Manajerial

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan dampak bagi para manajer-manajer perusahaan untuk meningkatkan *e-service quality* dalam belanja online maka akan menimbulkan kepercayaan kepada para konsumen dan mulai memberi dampak baik soal kualitas layanan dalam belanja online untuk para konsumen. Agar para konsumen dapat memperoleh tingkat layanan dalam hal belanja online yang baik. Karna hasil dari penelitian ini *e-service quality* mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Untuk rekan mahasiswa diharapkan penelitian ini dapat membantu untuk penelitian kedepannya dan dijadikan sebagai referensi dalam melakukan penelitian. Diharapkan juga penelitian ini dapat menambah wawasan mahasiswa mengenai pengaruh *e-service quality* terhadap keputusan pembelian konsumen . Diharapkan juga rekan rekan mahasiswa dapat melanjutkan penelitian ini dan dapat mengembangkan dari penelitian yang di buat peneliti.

5.3. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini hanya memiliki waktu kurang dari 1 bulan, sehingga cukup sulit untuk mendapatkan jumlah responden yang sesuai dengan jumlah yang seharusnya, sehingga dengan jumlah sampel hanya 111 orang, peneliti tetap harus melakukan penelitian terhadap pengaruh *e-service quality* terhadap keputusan pembelian konsumen.

5.4. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka disarankan beberapa hal sebagai berikut:

1. Disarankan di masa yang akan datang, diharapkan untuk penelitian kedepannya dapat lebih diperdalam penelitian mengenai penelitian *e-service quality* terhadap keputusan pembelian konsumen.
2. Menambahkan jumlah responden melebihi jumlah responden sebelumnya yang hanya 111 responden. Sehingga hasil yang di dapatkan dapat lebih variatif dan lebih mewakili para responden pengguna internet untuk belanja online.
3. Bagi penelitian selanjutnya disarankan untuk dapat mengkombinasikan penelitian ini dengan faktor – faktor lainnya sebagai variabel yang memengaruhi *e-service quality* , seperti persepsi harga, iklan dan lain-lain sehingga dapat menyempurnakan pemahaman terhadap variabel yang saling mempengaruhi.