

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah dilampirkan pada bagian sebelumnya, peneliti dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut.

1. Usage Experience Issues berpengaruh pada Keputusan Pembelian.
2. Business Practice Issues berpengaruh pada Keputusan Pembelian.
3. Information Request berpengaruh pada Keputusan Pembelian.
4. Usage Experience Issues berpengaruh pada Keputusan Pembelian.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Selama penelitian berlangsung peneliti telah melalui banyak hal dalam penyusunan penelitian ini. Proses penelitian tidak terlepas dengan batasan-batasan yang dimiliki baik dari peneliti sendiri maupun dalam pengambilan data penelitian. Adapun batasan-batasan yang terdapat dalam penelitian ini adalah penelitian ini dilakukan pada responden yang membeli produk kecantikan di media sosial. Untuk itu, hasil penelitian ini dapat digeneralisasikan pada kelompok subjek yang hamper serupa, yaitu responden yang membeli produk kecantikan di media sosial.

5.3 Implikasi Manajerial

Peneliti ini diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi perusahaan E-commerce dalam menciptakan pelanggan yang setia dengan cara meningkatkan kualitas layanan online dan memberikan kepercayaan. Perusahaan mengetahui bagaimana cara memenuhi kebutuhan pelanggannya dengan terpenuhinya kebutuhan tersebut pelanggan akan merasa puas dan secara potensial kepuasan pelanggan akan menciptakan kesetiaan pelanggan.

5.4 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan serta kesimpulan, adapun saran yang dapat diberikan melalui hasil penelitian ini agar mendapatkan hasil yang lebih baik, yaitu:

5.4.1 Peneliti Lain

Diharapkan bagi peneliti yang akan datang melakukan penelitian dengan penelitian model penelitian yang berbeda dari yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Dalam penelitian ini menggunakan variabel yang berbeda atau dapat menambahkan beberapa variabel baru ke dalam penelitian.

5.4.2 Perusahaan

Dalam meningkatkan kualitas layanan online yang terdiri dari personal need, user friendliness, dan efficiency of website memiliki nilai manfaat bagi perusahaan untuk membuat pelanggan merasa puas. Kualitas layanan online

yang baik adalah semakin lengkapnya indicator layanan online tersebut. Dengan kualitas layanan semakin lengkap akan berdampak positif terhadap kepuasan pelanggan dan secara potensial kepuasan pelanggan akan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

