

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada bab sebelumnya maka dapat ditarik beberapa kesimpulan.

Tingkat *E-Service Quality* pada Lazada dapat dikatakan tinggi dikarenakan ditemukannya nilai rata-rata untuk setiap jawaban responden sehubungan dengan *E-Service Quality* adalah 3.333.

Tingkat *Customer Satisfaction* pada Lazada dapat dikatakan tinggi dikarenakan ditemukannya nilai rata-rata untuk setiap jawaban responden sehubungan dengan *Customer Satisfaction* adalah 3.203.

Tingkat *Customer Loyalty* pada Lazada dapat dikatakan cukup tinggi dikarenakan ditemukannya nilai rata-rata untuk setiap jawaban responden sehubungan dengan *Customer Satisfaction* adalah 2.980.

Tingkat hubungan langsung antara *E-Service Quality* terhadap *Customer Loyalty* adalah sebesar 0.603, sedangkan hubungan tidak langsungnya yang dimediasi oleh *Customer Satisfaction* adalah sebesar 0.424.

5.2. Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki beberapa kekurangan atau keterbatasan. Pertama adalah hasil penelitian ini terbatas hanya meneliti satu variabel independen dan satu variabel mediasi, meskipun pada kenyataannya terdapat variabel-variabel lain yang dapat digunakan sebagai variabel independen maupun variabel mediasi, kedua, sampel dalam penelitian

meskipun sudah memenuhi syarat, namun masih dirasa kurang merepresentasikan masyarakat secara umum karena keterbatasan dana dan waktu, dan terakhir masih banyak *e-commerce* selain Tokopedia yang layak untuk diteliti.

5.3. Saran

Untuk mengatasi keterbatasan yang ada, maka peneliti dengan ini menyarankan agar peneliti selanjutnya melakukan penelitian terhadap *e-commerce* lainnya untuk melihat perbandingannya dengan Tokopedia, melakukan penambahan jumlah sampel, supaya lebih merepresentasikan masyarakat secara luas dan sehubungan dengan variabel lain yang patut diteliti, peneliti menyarankan untuk melakukan penelitian lebih dalam dengan variabel sebagai berikut: Kualitas produk, kualitas layanan, citra merek, *word of mouth*, citra perusahaan, dan lain-lain.