

BAB IV

PENUTUP

Pada Bab ini sebelumnya diperoleh hasil dari penelitian melalui analisis data yang sudah dilakukan. Dengan demikian, pada Bab ini dijelaskan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan dan disampaikan sebuah saran yang kemungkinan bisa bermanfaat menjadi masukan untuk pihak Lazada.

4.1 Kesimpulan

Berikut ini merupakan kesimpulan yang dapat penulis ambil berdasar hasil penelitian pada bab sebelumnya yaitu pengaruh E-Trust dan E-Service Quality terhadap Online Repurchase Intention melalui E-Satisfaction Pada Pengguna Lazada di Kota Semarang, Kecamatan Banyumanik:

1. Variabel *E-Trust* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *e-satisfaction*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik *E-Trust* yang diberikan kepada pelanggan maka semakin meningkat pula kepuasan yang dirasakan oleh pengguna Lazada.
2. Variabel *E-Service Quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *e-satisfaction*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *e-service quality* yang diberikan oleh Lazada maka *e-satisfaction* yang dirasakan pelanggan juga turut meningkat.
3. Variabel *E-Trust* memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap variabel *Repurchase Intention*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kepercayaan yang diberikan kepada pelanggan maka akan mendorong pelanggan untuk menjadikan Lazada sebagai pilihan utama *e-commerce* dan membuat pelanggan melakukan pembelian ulang pada Lazada.

4. Variabel *E-Service Quality* memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *Repurchase Intention*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan oleh Lazada maka akan mendorong keinginan pelanggan untuk tetap melakukan pembelian ulang pada Lazada dimasa yang akan datang.
5. Variabel *E-Satisfaction* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Repurchase Intention*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kepuasan pelanggan Lazada maka akan semakin tinggi keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian ulang pada Lazada di masa yang akan datang.
6. Variabel *E-Trust* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Repurchase Intention* melalui *E-Satisfaction*. Berdasarkan hasil penelitian ini, secara langsung *e-trust* berpengaruh signifikan terhadap *e-satisfaction*, dan *e-satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *repurchase intention* yang menandakan bahwa jika kepercayaan yang diberikan Lazada baik maka tingkat kepuasan pelanggan akan ikut meningkat dan jika pelanggan Lazada merasa puas maka akan melakukan pembelian ulang terhadap Lazada. Selain itu, terdapat pengaruh langsung antara *e-trust* terhadap *repurchase intention*, yang diartikan bahwa pelanggan melakukan pembelian ulang terhadap Lazada tidak dipengaruhi oleh rasa kepuasan atau *e-trust* yang baik terhadap Lazada.
7. Variabel *E-Service Quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention* melalui *e-satisfaction*. Berdasarkan hasil penelitian, secara langsung *e-service quality* berpengaruh signifikan terhadap *e-satisfaction*, dan *e-satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *repurchase*

intention yang menunjukkan bahwa jika kualitas pelayanan baik maka tingkat kepuasan pelanggan akan ikut meningkat, dan jika pelanggan Lazada merasa puas maka akan mendorong untuk tetap melakukan pembelian ulang pada Lazada. Selain itu, terdapat pengaruh langsung antara *e-service quality* terhadap *repurchase intention*, yang diartikan bahwa pelanggan Lazada secara langsung tidak dipengaruhi oleh kepuasan.

4.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat digunakan untuk meningkatkan minat beli ulang dan berkelanjutan Perusahaan dimasa akan datang, yaitu:

1. Hasil penelitian terkait *e-trust* saran yang dapat diberikan yaitu diharapkan perusahaan dapat menampilkan sertifikasi keamanan seperti SSL (*Secure Sockets Layer*) untuk pelanggan. Selain itu, perusahaan dapat memastikan informasi produk yang disediakan sangat jelas dan akurat.
2. Hasil penelitian terkait *e-service quality* saran yang dapat diberikan yaitu diharapkan perusahaan dapat meningkatkan pelayanan dengan cara pemantauan untuk mendeteksi keamanan data pelanggan. Selain itu, memberikan pertimbangan kepada konsumen jika barang tidak sesuai dengan pesanan akan mendapatkan ganti rugi.
3. Hasil penelitian terkait *repurchase intention* saran yang dapat diberikan yaitu perusahaan dapat meningkatkan layanan pelanggan dengan memastikan produk yang dijual oleh Lazada berkualitas tinggi sesuai dengan harga. Selain itu, memastikan keamanan transaksi pada saat proses pembelian.

4. Hasil penelitian terkait *e-satisfaction* sarang yang dapat diberikan yaitu Perusahaan meningkatkan kepuasan pelanggan dengan aplikasi Lazada yang lebih baik dan menarik. Selain itu, dapat melakukan transparansi terhadap kebijakan privasi agar lebih mudah dipahami.