

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab IV, dapat diambil simpulan bahwa:

1. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Zalora Indonesia, jika tingkat kepercayaan konsumen tinggi maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen. Dengan demikian hipotesis 1 diterima dan didukung.
2. Kenyamanan berbelanja *online* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Zalora Indonesia, jika tingkat kenyamanan berbelanja *online* konsumen tinggi maka semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan konsumen. Dengan demikian hipotesis 2 diterima dan didukung.
3. Kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pembelian ulang Zalora Indonesia, jika tingkat kepuasan konsumen tinggi maka semakin tinggi pula niat untuk melakukan pembelian ulang. Dengan demikian hipotesis 3 diterima dan didukung.
4. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pembelian ulang Zalora Indonesia, jika tingkat kepercayaan konsumen tinggi maka semakin tinggi pula niat untuk melakukan pembelian ulang. Dengan demikian hipotesis 4 diterima dan didukung.

5. Kenyaman berbelanja *online* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pembelian ulang Zalora Indonesia, jika tingkat kenyamanan berbelanja *online* tinggi maka semakin tinggi pula niat untuk melakukan pembelian ulang. Dengan demikian hipotesis 5 diterima dan didukung.
6. Kepuasan konsumen secara positif dan signifikan memediasi pengaruh kepercayaan terhadap niat pembelian ulang Zalora Indonesia, jika kepercayaan tinggi maka semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan konsumen lebih lanjut akan meningkatkan niat untuk melakukan pembelian ulang. Dengan demikian hipotesis 6 diterima dan didukung.
7. Kepuasan konsumen secara positif dan signifikan memediasi pengaruh kenyamanan berbelanja *online* terhadap niat pembelian ulang Zalora Indonesia, jika tingkat kenyamanan berbelanja *online* tinggi maka semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan konsumen lebih lanjut akan meningkatkan niat untuk melakukan pembelian ulang. Dengan demikian hipotesis 7 diterima dan didukung.

B. Saran

1. Akademik
 - a. Memperluas atau menyalurkan metode penelitian yang lebih representatif.
 - b. Menambahkan variabel penelitian atau variabel yang lebih relevan untuk mengukur pengaruh terhadap kepuasan konsumen dan niat pembelian ulang.

2. Praktek

- a. Dalam pengumpulan data dapat pula ditambahkan dengan metode lain seperti wawancara atau observasi langsung kepada responden guna menghasilkan penelitian yang lebih baik.
- b. Memperluas subjek penelitian yang tidak hanya dilakukan pada satu layanan *online shop*, sehingga dapat memberikan hasil yang lebih baik.

C. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan sehingga hasil penelitian yang dicapai belum menunjukkan hasil yang maksimal. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada konsumen *online shop* Zalora Indonesia, sehingga hasil penelitian belum menunjukkan keadaan konsumen pada layanan *online shop* yang lain.
2. Dalam penarikan kuesioner yang telah peneliti sebarkan kepada responden, terdapat kuesioner yang tidak kembali dikarenakan beberapa alasan.
3. Beberapa pertanyaan tidak dijawab oleh responden sehingga membuat data tidak dapat diolah, akan tetapi jumlah kuesioner yang di dapat lebih dari jumlah minimum syarat pengolahan data, sehingga data yang didapatkan tetap bisa diolah.
4. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini hanya 150 responden. Jika dilihat dari potensi responden yang belum dijangkau kemungkinan jumlah

responden lebih banyak daripada 150 responden. Sehingga memungkinkan untuk memperoleh responden lebih banyak agar mendapatkan keakuratan hasil penelitian lebih tinggi daripada penelitian ini.