

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada bab sebelumnya maka kesimpulan yang diperoleh adalah sebagai berikut:

1. *Website design* berpengaruh positif signifikan terhadap *e-customer satisfaction*.
2. *Security* berpengaruh positif signifikan terhadap *e-customer satisfaction*.
3. *E-customer satisfaction* berpengaruh positif signifikan terhadap *e-customer loyalty*.
4. *Website design* berpengaruh positif signifikan terhadap *e-customer loyalty* melalui *e-customer satisfaction*.
5. *Security* berpengaruh positif signifikan terhadap *e-customer loyalty* melalui *e-customer satisfaction*.
6. *Security* memiliki pengaruh yang lebih dominan dalam mempengaruhi variabel *e-customer satisfaction* dibandingkan variabel *website design*.
7. *E-customer satisfaction* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan sebagai variabel mediasi yang menghubungkan antara variabel *website design* dan *security* terhadap *e-customer loyalty*.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh maka dapat disarankan beberapa hal yaitu:

7.2.1. Saran Akademik

1. Bagi peneliti selanjutnya dapat melanjutkan penelitian ini untuk dilakukan penelitian lebih lanjut dengan menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi *customer loyalty* seperti *trust*.
2. Bagi peneliti selanjutnya dapat memilih objek yang lebih dikenal oleh kalangan luas atau bisa dikatakan lebih terkenal dibandingkan Zalora seperti Kaskus, OLX, Lazada, dan Bukalapak.

7.2.2. Saran Praktis

1. Bagi manajemen Zalora diharapkan agar dapat meningkatkan loyalitas konsumen disarankan agar manajemen memperhatikan kepuasan konsumen, hal ini karena kepuasan konsumen ditemukan dapat meningkatkan loyalitas konsumen. Dimana peningkatan kepuasan konsumen dapat dilakukan melalui peningkatan desain website dan keamanan dalam berbelanja.
2. Indikator dari *website design* yang menyebutkan bahwa “Zalora menampilkan produk dengan jelas” memiliki nilai rata-rata yang lebih rendah bila dibandingkan dengan dua indikator lainnya sehingga *website design* dapat ditingkatkan dengan cara menampilkan produk secara jelas seperti memberikan rincian tentang produk secara detail dan menambahkan fitur tanya jawab pada setiap produk.

3. Indikator dari *security* yang menyebutkan bahwa “Saya merasa aman berbelanja di Zalora” memiliki nilai rata-rata yang lebih rendah dibandingkan dengan keempat indikator lainnya sehingga *security* dapat ditingkatkan dengan cara meningkatkan keamanan konsumen dalam berbelanja seperti dapat mengembalikan barang yang rusak atau tidak sesuai dengan keinginan konsumen.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Anderson, E.W., Fornell, C., dan Lehmann, D.R., 2011, Customer Satisfaction, Market Share, and Profitability: Findings From Sweden, *Journal of Marketing*, Vol. 58, pp 53-66.
- Assael, H., 2002, *Consumer Behavior and Marketing Action*, Fourth Edition, Boston: PWS-Kent Publishing Company.
- Chaffey, D., 2011, *E-Business and E-Commerce Management: Strategy, Implementation, and Practice*, Pearson Education.
- Cheung, C.M.K., 2003, Online Consumer Behavior: A Review and Agenda for Future Research, Juni, pp 194-218.
- Cooper, Donald, R., Pamela, S., dan Schindler, 2008, *Bussiness Research Method*, New York: The McGraw-Hill Companies, Inc.
- Ferdinand, A., 2005, *Structural Equation Modeling dalam penelitian manajemen: Aplikasi model - model rumit dalam penelitian untuk Tesis Magister*, Semarang: UNDIP.
- Griffin, J., 2005, *Customer Loyalty: Menumbuhkan & Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*, Jakarta: Erlangga.
- Handoko, T.H., 2000, *Manajemen Personalia dan Sumberdaya Manusia*, Edisi II, Cetakan Keempat Belas, Yogyakarta: BPFE.
- Hawkins, *et al.*, 2007, *Consumer Nehavior, Building Marketing Strategy*, 10th Edition, New York: The McGraw Hill Companies, Inc.
- Hilaludin, I.H.B., dan Cheng B.L., 2014, Factors Influencing Customer Satisfaction and E-Loyalty: Online Shopping Environment among the Young Adult, *Journal of Management*, Vol. 2 No. 3: pp 462-471.

- Hurriyati, R., 2005, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Bandung: Alfabeta.
- Irawan, H., 2003, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, Jakarta: PT. Elex Media Computindo.
- Jony, W., 2010, *Internet Marketing for Beginners*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Kotler, P., 2010, *Principles of Marketing*, New Jersey. Upper Saddle River: Pearson Prentice Hall.
- , dan Armstrong, 2008, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Jakarta: Erlangga.
- , dan Keller, K.L., 2009, *Marketing Management: 13th Edition*, New Jersey: Upper Saddle River.
- Ladhari, R., dan Leclerc, A., 2013, Building Loyalty With Online Financial Services Customers: Is There A Gender Different?, *Journal of Retailing and Consumer Services*, Agustus: pp 560-569.
- Lovelock, C., dan Wirtz, J., 2007, *Services marketing : People, technology, and strategy (6th ed.)*, New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Malhotra, N.K., 2005, *Riset Pemasaran Pendekatan Terapan*, Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Maulana, A., 2015, Jumlah Pengguna Internet Capai 88,1 Juta, diakses 24 Mei, 2016, <http://tekno.liputan6.com/read/2197413/jumlah-pengguna-internet-indonesia-capai-881-juta>.
- McLeod, P., 2008, *Sistem Informasi Manajemen*, Jakarta: Salemba Empat.
- Nielsen, 2014, *Konsumen Indonesia Impulsif Dalam Berbelanja*, Jakarta: Salemba Empat.

- Noviandari, L., 2015, Transaksi Belanja Online Indonesia Akan Capai Rp 50 Triliun di 2015, diakses 24 Mei, 2016, <https://id.techinasia.com/transaksi-belanja-online-indonesia-2015>.
- Oliver, R.L., 2005, *Satisfaction: A Behavioral Perspective On The Consumer*, New York: McGraw Hill Companies, Inc.
- Pereira, H.G., Salgueiro, M.F., dan Rita, P., 2016, Online Purchase Determinants of Loyalty: The Mediating Effect of Satisfaction in Tourism, *Journal of Retailing and Consumer Services*, Januari: pp 279-291.
- Purwanti, D., 2016, Sekilas Tentang Zalora, diakses 24 Mei 2016, <http://dimabumi97.blogspot.co.id/2016/02/sekilas-tentang-zalora.html>.
- Rahadi, D.R., 2013, Pengaruh Karakteristik Website Terhadap Kepuasan Pelanggan, *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol. 1, No. 1, Mei: pp 20-25.
- Ranjbarian, B. *et al.*, An Analysis Of Brand Image, Perceived Quality, Customer Satisfaction and Re-Purchase Intention in Iranian Department Stores, *Journal of Business and Management*, Vol. 7, No. 6, Maret.
- San, A., 2016, 5 Toko Online Terpercaya, Terbaik, Terbesar di Indonesia 2016, diakses 24 Mei 2016, <http://munkyk.blogspot.co.id/2013/12/5-toko-online-terbesar-indonesia-terbaik.html>.
- Santoso, S., 2012, *Structural Equation Modeling (SEM) Konsep dan Aplikasi dengan AMOS 18*, Jakarta: Elex Media Komputindi.
- Schiffman, L.G., dan Kanuk, L.L., 2007, *Consumer behavior* (9th ed.), London: Prentice Hall.
- Shelly, C., 2007, *Discovering Computers: Menjelajah Dunia Komputer Fundamental* Edisi 3, Jakarta: Salemba Infotek.

- Siagian, H., dan Cahyono, E., 2014, Analisis Website Quality, Trust Dan Loyalty Pelanggan Online Shop, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol.8, No. 2, Oktober: pp 55-61.
- Simamora, B., 2004, *Riset Pemasaran: Falsafah, Teori, dan Aplikasi*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono, 2005, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung : CV. Alfabeta.
- Sugiyono, 2007, *Metode Penelitian Administrasi*, Bandung: Alfabeta.
- Turban, E., dan Rainer R.K., 2009, *Pengantar Teknologi Informasi*, Jakarta Salemba Empat.
- Umar, H., 2002, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen: Catatan Kedua*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Wilkie, W.L., 2010, *Customer Behavior (Third Edition)*, New York: Jhon Wiley & Sons, Inc.
- Yamin, Sofyan, dan Kurniawan, Heri., 2009., *Structural Equation Modelling dengan Lisrel – PLS*. Jakarta: Salemba Empat.
- Yuniah, D.A., Desain & Pemrograman Web, diakses 30 Mei, 2016, http://minimoudyanayp.mhs.narotama.ac.id/?page_id=132.