

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji Pengaruh *Technology Acceptance Model* dan *E-Service Quality* terhadap Kepuasan Pelanggan Situs *Online Shop* Bukalapak. Analisis dapat dilakukan dengan menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan SPSS *For Windows*,

Dari hasil analisis data dapat disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan hasil deskriptif setiap indikator pada variabel *Technology Acceptance Model* dan *E-service Quality*, masuk dalam kategori tinggi dan kepuasan pelanggan situs belanja *online* Bukalapak masuk kedalam kategori tinggi. Hal ini dilihat dari skor rata-rata yang dihasilkan variabel *technology acceptance model* adalah 3,76, skor rata-rata variabel *e-service quality* adalah sebesar 3,67, dan kepuasan pelanggan sebesar 3,70.
2. Hasil pengujian secara parsial *technology acceptance model* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada situs belanja *online* Bukalapak. Hal ini dapat dilihat dari hasil pada analisis regresi berganda bernilai positif yaitu pada perhitungan t_{hitung} sebesar 2,022 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,975 dan nilai sig $0,045 < 0,05$.
3. Hasil pengujian secara parsial *e-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pelanggan pada situs belanja *online* Bukalapak. Dapat dilihat dari hasil perhitungan t_{hitung} sebesar 6,748 lebih

besar dari t_{tabel} 1,975 dengan signifikansi 0,000 lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05.

4. Hasil pengujian secara bersama-sama (simultan) menunjukkan bahwa *Technology Acceptance Model* dan *E-service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan situs belanja *online* Bukalapak. Hasil perhitungan didapat F_{hitung} 51,658 lebih besar dari F_{tabel} sebesar 3,90 dengan sig lebih kecil dari signifikansi 0,05. Kemudian hasil pengujian koefisien determinasi menunjukkan 38,9% variabel kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel *technology acceptance model* dan *e-service quality* sisanya 61,1% dipengaruhi variabel lain. Hal ini menunjukkan bahwa *technology acceptance model* dan *e-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan situs belanja *online* Bukalapak.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah diusahakan dan dilaksanakan sesuai dengan prosedur ilmiah, namun demikian masih memiliki keterbatasan yaitu:

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam penelitian ini hanya terdiri dari dua variabel, yaitu *technology acceptance model* dan *e-service quality*, sedangkan masih banyak faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

2. Penelitian ini hanya mendapatkan sampel sebanyak 160 responden, sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasikan pada subjek dengan jumlah yang lebih besar

5.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah didapatkan dari hasil penelitian, maka peneliti memberikan beberapa saran dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Saran untuk penelitian selanjutnya:

Ada beberapa hal yang harus diperhatikan bagi peneliti selanjutnya antara lain:

- a. Penelitian ini dapat dilakukan kembali pada objek penelitian yang berbeda serta butir pertanyaan pada kuesioner yang berbeda dengan pertanyaan kuesioner penelitian lainnya. Bagi peneliti selanjutnya dapat dijadikan bahan referensi dalam melakukan penelitian yang berkaitan dengan *technology acceptance model*, *e-service quality* dan kepuasan pelanggan.
- b. Peneliti selanjutnya sebaiknya dilakukan dengan memperluas responden tidak hanya di lingkungan Universitas Bangka Belitung saja, akan tetapi dapat diperluas pada wilayah lain sehingga daya generalisasi penelitian dapat diperbesar.
- c. Peneliti selanjutnya sebaiknya menambah variabel-variabel lain seperti variabel kualitas informasi, kualitas *website*, dan *e-satisfaction* yang belum diteliti pada penelitian ini, karena 60,3% pada penelitian ini dipengaruhi oleh variabel lain.

2. Saran yang ditujukan untuk situs Bukalapak

- a. Situs Bukalapak harus meningkatkan dan memperhatikan Penerapan *technology acceptance model* berupa kemudahan penggunaan dan kejelasan informasi yang tertera pada situs. Hal ini dikarenakan konsumen telah merasakan kemudahan dan kejelasan penggunaan situs dinilai sudah cukup baik
- b. Situs Bukalapak harus meningkatkan dan memperhatikan peranan pelayanan secara elektronik berupa kemudahan dalam menemukan informasi pada situs, ketanggapan respon kepada konsumen, jaminan dan keamanan dalam bertransaksi dan ketanggapan terhadap keluhan konsumen pada situs. Hal ini dikarenakan konsumen telah merasakan kualitas pelayanan yang tersedia pada situs dinilai sudah cukup baik.
- c. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan di masa yang akan datang, ada baiknya perusahaan meningkatkan kualitas pelayanan dengan cara memberikan pelayanan yang akurat dalam menjawab keluhan pelanggan, meningkatkan keramahan dalam interaksi pelayanan, meningkatkan kecepatan dalam memudahkan pelanggan untuk dihubungi saat proses pelayanan berlangsung dan lain-lain.