

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data melalui kuesioner yang disebar kepada konsumen Lazada, maka dapat disimpulkan bahwa sebagai berikut :

1. Promosi, kepercayaan dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Artinya apabila semakin baik promosi, kepercayaan dan kualitas pelayanan maka kepuasan konsumen akan semakin meningkat.
2. Promosi secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Artinya semakin baik promosi yang dilakukan maka kepuasan konsumen akan semakin meningkat.
3. Kepercayaan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Artinya apabila kepercayaan konsumen semakin besar maka kepuasan konsumen akan semakin meningkat.
4. Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Artinya apabila semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka kepuasan konsumen semakin meningkat.

5.2. Saran

1. Bagi Perusahaan
 - a. Terkait angket yang telah disebar hasilnya penilaian terendah terjadi pada indikator “periklanan” maka dari itu diharapkan Lazada dapat membuat media atau konten iklan yang lebih menarik dan unik misalnya untuk konten

iklan televisi biasanya penonton akan senang melihat iklan dengan konsep yang lucu dan menghibur selain juga untuk ajang promosi promo-promo yang ada didalam iklan. Kemudian iklan juga bisa dikemas menarik lewat akun-akun sosial media seperti Tiktok, Instagram, Facebook serta halaman Website resmi sehingga akan lebih banyak mencakup konsumen yang pada akhirnya akan membuat ketertarikan semakin meningkat terhadap Lazada dan dapat membeli barang-barang yang dibutuhkan di Lazada.

- b. Terkait angket yang telah disebar hasilnya penilaian terendah terjadi pada indikator “perubaha baik” maka dari itu diharapkan Lazada selalu melakukan perubahan kearah yang semakin baik, misalnya dengan terus selektif pada barang-barang yang dijual, serta melakukan pelayanan terbaik untuk konsumen agar terus merasa puas berbelanja di platform Lazada.
- c. Terkait angket yang telah disebar hasilnya penilaian terendah terjadi pada indikator “*assurance* atau jaminan” maka dari itu diharapkan Lazada selalu dapat menjamin setiap konsumen yang berbelanja di platformnya dengan menjamin kenyamanan dan keamanan dalam berbelanja di Lazada, misalnya jika terjadi pembelian yang tidak sesuai ekpektasi atau hilang maka Lazada baiknya dapat menjamin pemecahan masalah atau menjamin uang kembali bagi konsumen sesuai prosedur yang ditetapkan Lazada.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengkaji lebih dalam terkait promosi, kepercayaan dan kualitas pelayanan dalam mempengaruhi kepuasan konsumen yang mana bisa dengan melakukan penelitian pada

objek dan responden lebih banyak sehingga hasil yang didapatkan dapat lebih merepresentasikan terkait variabel yang diteliti.

- b. Peneliti selanjutnya juga dapat menambahkan lebih banyak variabel yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen seperti variabel harga, kelengkapan produk, kualitas produk dan lain sebagainya sehingga mendapatkan hasil yang lebih rinci dan betul-betul merepresentasikan masalah yang terjadi pada objek penelitian.