

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa *responsiveness* (X1) paling berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-loyalty* konsumen pada JD.ID di kota Medan, telah dibuktikan melalui hasil pada uji hipotesis dengan menggunakan analisis uji-t yang menunjukkan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$.
2. Hasil pengujian secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa *compensation* (X2) berpengaruh positif terhadap *e-loyalty* konsumen pada JD.ID di kota Medan, telah dibuktikan melalui hasil pada uji hipotesis dengan menggunakan analisis uji-t yang menunjukkan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$.
3. Hasil pengujian secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa *contact* (X3) berpengaruh positif terhadap *e-loyalty* konsumen pada JD.ID di kota Medan, telah dibuktikan melalui hasil pada uji hipotesis dengan menggunakan analisis uji-t yang menunjukkan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$.
4. Hasil pengujian secara simultan (uji f) menunjukkan bahwa *responsiveness* (X1), *compensation* (X2) dan *contact* (X3) berpengaruh secara bersama-sama (simultan) secara positif dan signifikan terhadap *e-loyalty* konsumen pada JD.ID di kota Medan, telah dibuktikan melalui hasil pada uji hipotesis dengan menggunakan analisis uji F yang menunjukkan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil dan kesimpulan yang diperoleh penulis dalam penelitian ini maka diperlukan saran sebagai pelengkap terhadap hasil penelitian sebagai berikut :

1. *E-recovery service quality* pada variabel *responsiveness*, berdasarkan hasil uji dan jawaban responden hal ini menunjukkan bahwa untuk rata-rata terenda variabel *responsiveness* pada pertanyaan JD.ID memberikan informasi penanganan kepada konsumen ketika mengalami kegagalan transaksi Ada sebanyak 10 aduan konsumen dengan (7,1%). Ada baiknya JD.ID perlu difokuskan dengan cara pelanggan-pelanggan yang sudah kecewa harus diberikan solusi yang tepat dan sesuai. Sehingga mereka bisa berbalik jadi pelanggan baru. Pemulihan kualitas layanan akan terjalin sehingga orang membicarakan tentang brand itu. Ketika terjadi masalah harus segera diantisipasi dilakukan secara sigap.
2. *E-recovery service quality* pada variabel *compensation*, berdasarkan hasil uji dan jawaban responden pada pihak dari JD.ID harus memberikan kompensasi pada masalah yang terjadi oleh konsumen sebanyak 9 responden (6,4%). Ada baiknya JD.ID mengantarkan apa yang diinginkan konsumen tepat waktu. Memastikan semua layanan diberikan kepada konsumen sesuai dengan ekspektasi dan sesuai dengan layanan yang standar. Konsumen ketika membeli di JD.ID yakin bahwa karena mereka menjual produk ori dan bagus sehingga tidak ada yang lebih diharapkan oleh konsumen.

3. *E-recovery service quality* pada variabel *contact*, berdasarkan hasil uji dan jawaban responden bantuan melalui telepon atau penanganan secara *online* dan perwakilan layanan pelanggan masing-masing 55 responden sebanyak (39,3%) dengan begitu perlu menyediakan layanan pelanggan via telepon, e-mail, instagram, twitter resmi agar bisa dihubungi selama 24 jam untuk pengaduan *user experience* yang baik agar dapat dilayani untuk menjalin komunikasi yang baik antar pelanggan.

Jika JD.ID mampu memenuhi keinginan konsumen dalam melakukan pemulihan kualitas layanan maka JD.ID akan menjadi pilihan utama pelanggan dalam berbelanja *online*.