

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Penelitian ini dilakukan untuk menguji dan menganalisis empat variabel kualitas layanan elektronik yaitu, *efficiency*, *fulfillment*, *system availability*, dan *privacy* terhadap kepuasan konsumen pengguna *online reservation ticket* PT KAI. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Hasil deskripsi variabel menunjukkan bahwa semua variabel nilai rata-rata tinggi dan termasuk ke dalam kategori yang tinggi dalam mempengaruhi kepuasan konsumen. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel *efficiency*, *fulfillment*, *system availability*, dan *privacy* memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.
2. Hasil analisis regresi menunjukkan nilai koefisien variabel *efficiency* bertanda positif terhadap kepuasan konsumen dan menunjukkan nilai dengan signifikan. Hal ini berarti variabel *efficiency* berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian Hipotesis 1 menyatakan bahwa *efficiency* berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen diterima.
3. Hasil analisis regresi menunjukkan nilai koefisien variabel *fulfillment* bertanda positif terhadap kepuasan konsumen tetapi tidak menunjukkan nilai dengan signifikan. Hal ini berarti *fulfillment* berpengaruh positif

terhadap kepuasan konsumen, tetapi tidak mempengaruhi kepuasan konsumen dengan signifikan. Dengan demikian Hipotesis 2 yang menyatakan bahwa *fulfillment* berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen diterima dengan tidak signifikan.

4. Hasil analisis regresi menunjukkan nilai koefisien variabel *system availability* bertanda positif terhadap kepuasan konsumen dan menunjukkan nilai dengan signifikan. Hal ini berarti *system availability* berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian Hipotesis 3 yang menyatakan *system availability* berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen diterima.
5. Hasil analisis regresi menunjukkan nilai koefisien variabel *privacy* sebesar bertanda positif terhadap kepuasan konsumen dan menunjukkan nilai dengan signifikan. Hal ini berarti *privacy* berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian Hipotesis 4 yang menyatakan *privacy* berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen diterima.
6. Dari hasil uji F menunjukkan bahwa variabel *independent (efficiency, fulfillment, system availability, privacy)* berpengaruh positif dan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
7. Nilai *Adjusted R square* sebesar 0,513 atau 51,3 %. Dengan demikian 51,3% kepuasan konsumen dipengaruhi oleh *efficiency, fulfillment, system availability, dan privacy*. Sedangkan 48,7% kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas di penelitian ini.

## **B. Saran**

### 1. Bagi perusahaan

Untuk meningkatkan pelayanan *online reservation ticket* pada variabel pemenuhan (*fulfillment*), karena konsumen belum puas dengan kinerja variabel pemenuhan (*fulfillment*). Selain itu perusahaan harus meningkatkan kinerja variabel efisien (*efficiency*) yang merupakan variabel dengan nilai koefisien tertinggi sehingga jika dapat ditingkatkan maka kepuasan konsumen akan meningkat.

### 2. Bagi penelitian mendatang

Disarankan untuk menambahkan variabel lain selain efisien, pemenuhan, ketersediaan sistem, dan privasi yang mungkin dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.