

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan analisis data dan pengujian yang dilakukan menggunakan AMOS versi 22 sebagai alat analisis untuk menguji 9 hipotesis penelitian, dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan pengujian H1, diperoleh hasil nilai utilitarian berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan Zalora Indonesia, sehingga hipotesis 1 diterima.
2. Berdasarkan pengujian H2, diperoleh hasil nilai hedonik berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan Zalora Indonesia, sehingga hipotesis 2 diterima.
3. Berdasarkan pengujian H3, diperoleh hasil *e-trust* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan Zalora Indonesia, sehingga hipotesis 3 diterima.
4. Berdasarkan pengujian H4, diperoleh hasil *e-quality* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan Zalora Indonesia, sehingga hipotesis 4 diterima.
5. Berdasarkan pengujian H5, diperoleh hasil kepuasan pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan Zalora Indonesia, sehingga hipotesis 5 diterima.

6. Berdasarkan pengujian H6, diperoleh hasil bahwa kepuasan pelanggan memediasi pengaruh nilai utilitarian terhadap loyalitas pelanggan, sehingga hipotesis 6 diterima.
7. Berdasarkan pengujian H7, diperoleh hasil bahwa kepuasan pelanggan memediasi pengaruh nilai hedonik terhadap loyalitas pelanggan, sehingga hipotesis 7 diterima.
8. Berdasarkan pengujian H8, diperoleh hasil bahwa kepuasan pelanggan memediasi pengaruh *e-trust* terhadap loyalitas pelanggan, sehingga hipotesis 8 diterima.
9. Berdasarkan pengujian H9, diperoleh hasil bahwa kepuasan pelanggan memediasi pengaruh *e-quality* terhadap loyalitas pelanggan, sehingga hipotesis 9 diterima.

5.2 Saran

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dapat memediasi nilai utilitarian, nilai hedonik, *e-trust* dan *e-quality* terhadap loyalitas pelanggan. hal ini dikarenakan variabel nilai utilitarian, nilai hedonik, *e-trust* dan *e-quality* dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan. sehingga Zalora Indonesia harus mampu mempertahankan konsep yang telah ditawarkan agar terus memuaskan pelanggannya.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini hanya meneliti peran kepuasan pelanggan dalam memediasi pengaruh nilai utilitarian, nilai hedonik, *e-trust* dan *e-quality* terhadap loyalitas

pelanggan. Sebaiknya penelitian selanjutnya dapat melakukan pengembangan dengan variabel lain yang dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dalam pengambilan *setting* penelitian yang tepat.