

BAB IV PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan dibahas sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas produk *fashion* Zalora.co.id berdasarkan hasil penelitian adalah buruk, hal tersebut ditunjukkan oleh sebagian besar responden atau 58% menyatakan kualitas produk *fashion* Zalora.co.id adalah buruk terutama dilihat dari 3 indikator berikut, bahan produk yang diterima tidak sesuai dengan yang dipesan seperti, di *website* keterangan bahannya adalah kulit namun yang tiba adalah sintetis, memesan tas bludru yang tiba bukan bludru, memesan sepatu tetapi bahannya tidak nyaman dan membuat kaki sakit. Kemudian responden juga menilai bahwa produknya mudah rusak, dilihat dari warna produk cepat luntur ketika dicuci, dan model produknya yang tidak bervariasi, sehingga menyebabkan responden tidak memiliki banyak pilihan model ketika ingin melakukan pembelian, tidak hanya itu saja, bahkan terdapat responden yang menyatakan kualitas produk *fashion* Zalora.co.id sangat buruk. Sedangkan hanya terdapat 16% responden saja yang menyatakan kualitas produk *fashion* Zalora.co.id adalah baik, hal tersebut dikarenakan beberapa responden memiliki persepsi bahwa, ukuran produk yang diterima sesuai dengan yang dipesan, produk mudah dalam perawatannya, dan warna produk yang bervariasi.

2. Kualitas layanan yang diberikan oleh Zalora.co.id berdasarkan hasil penelitian adalah buruk, hal tersebut ditunjukkan oleh sebagian besar responden atau terdapat 61% responden menyatakan kualitas layanan Zalora.co.id buruk bahkan ada yang menyatakan kualitas layanan Zalora.co.id sangat buruk terutama berkaitan dengan 3 indikator berikut, waktu pengiriman yang tidak sesuai dengan yang dijanjikan, keterangan pada *website* menyatakan bahwa waktu pengiriman untuk wilayah Jakarta 1-3 hari kerja dan untuk pengiriman luar Kota Jakarta memakan waktu 4-6 hari kerja, namun pada kenyataannya responden banyak menilai bahwa waktu pengiriman produk tidak sesuai bahkan pernah terlambat 1-4 hari dan 5-8 hari dari waktu yang telah dijanjikan. Kemudian responden juga merasa kesulitan dalam melakukan proses retur dan *refund* hal tersebut dapat terjadi karena produk yang responden terima tidak sesuai dengan yang dipesan, sehingga sebagian besar responden melakukan retur dan *refund* kepada pihak Zalora.co.id. Sedangkan hanya terdapat 7% responden menyatakan kualitas layanan Zalora.co.id adalah baik, hal ini dikarenakan terdapat beberapa responden yang memberikan penilaian baik terutama mengenai pihak Zalora.co.id cepat tanggap dalam merespon, responden merasa dimudahkan dalam proses menghubungi pihak Zalora.co.id, dan responden percaya akan keamanan privasi mereka.
3. Tingkat kepuasan responden berdasarkan hasil penelitian adalah rendah. Hal ini disebabkan oleh tingkat keluhan responden yang sangat tinggi, terutama keluhan yang berkaitan dengan kualitas produk yang diterima tidak sesuai dengan yang di pesan, kualitas layanan yang diberikan oleh Zalora.co.id yang

tidak sesuai, harga yang terlalu mahal, maupun keluhan-keluhan lainnya. Kemudian yang kedua adalah responden tidak pernah merekomendasikan produk *fashion* Zalora.co.id kepada orang lain dikarenakan berbagai alasan seperti, pengalaman berbelanja yang buruk, banyak terjadi ketidaksesuaian, harganya terlalu mahal, dan sebagainya. Dan rendahnya tingkat pembelian ulang, sebagian besar responden menyatakan bahwa mereka tidak pasti untuk melakukan pembelian ulang di Zalora.co.id karena terlalu sering dikecewakan. Bahkan ada yang menyatakan kepuasannya sangat rendah sebesar 32%. Sedangkan hanya terdapat 21% responden saja yang menyatakan bahwa mereka memiliki tingkat kepuasan yang tinggi terhadap Zalora.co.id. Hal ini ditandai oleh beberapa responden memiliki persepsi bahwa terdapat kesesuaian kualitas produk dengan harapan responden, terdapat kesesuaian kualitas layanan dengan harapan responden, terdapat kesesuaian harga dengan harapan responden.

4. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen berdasarkan hasil penelitian adalah positif dan signifikan yang artinya, semakin baik penilaian responden terhadap kualitas produk *fashion* Zalora.co.id maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen Zalora.co.id. Begitupun sebaliknya, semakin buruk penilaian responden terhadap kualitas produk *fashion* Zalora.co.id maka akan semakin rendah tingkat kepuasan konsumen terhadap Zalora.co.id. Berdasarkan uji regresi linier sederhana yang telah dilakukan, didapat angka koefisien korelasi nilainya adalah 1,088 angka ini mengandung arti bahwa setiap penambahan 1% tingkat kualitas produk (X_1) maka kepuasan konsumen

(Y) akan meningkat sebesar -2,11%. Jika perusahaan menginginkan kepuasan konsumen menjadi positif, maka perusahaan perlu menaikkan kualitas produk sebanyak 3% sehingga kepuasan konsumen akan menjadi 0,06%. Disamping itu, kualitas produk memberikan sumbangan pengaruh yang besar terhadap kepuasan konsumen, ditunjukkan melalui nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 73,1%. Oleh karena itu, apabila Zalora.co.id ingin meningkatkan kepuasan konsumen, maka kualitas produk harus benar-benar diperhatikan dan memperbaiki kualitas produk agar sesuai dengan harapan konsumen.

5. Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen berdasarkan hasil penelitian adalah positif dan signifikan. Yang artinya, semakin baik penilaian responden mengenai kualitas layanan yang diberikan oleh Zalora.co.id, maka tingkat kepuasan konsumen terhadap Zalora.co.id akan semakin tinggi. Sebaliknya, semakin buruk penilaian responden mengenai kualitas layanan yang diberikan oleh Zalora.co.id, maka tingkat kepuasan konsumen terhadap Zalora.co.id akan semakin rendah. Berdasarkan uji regresi linier sederhana yang telah dilakukan, didapat angka koefisien korelasi nilainya adalah 1,332 angka ini mengandung arti bahwa setiap penambahan 1% tingkat kualitas layanan (X_2) maka kepuasan konsumen akan meningkat sebesar -3,906%. Jika perusahaan menginginkan kepuasan konsumen menjadi positif, maka perusahaan perlu menaikkan kualitas layanan sebanyak 4% sehingga kepuasan konsumen akan menjadi 0,09%. Selain itu, kualitas layanan memberikan sumbangan pengaruh yang besar terhadap kepuasan konsumen, hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 59,5%. Dengan

demikian, apabila Zalora.co.id ingin meningkatkan kepuasan konsumen maka kualitas layanan harus diperbaiki agar sesuai dengan harapan konsumen.

6. Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa keduanya secara simultan (bersama-sama) memiliki pengaruh positif dan signifikan. Artinya adalah, semakin baik penilaian responden terhadap kualitas produk dan kualitas layanan yang diberikan oleh Zalora.co.id, maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen. Sebaliknya, semakin buruk penilaian responden terhadap kualitas produk dan kualitas layanan yang diberikan oleh Zalora.co.id maka tingkat kepuasan konsumen akan menjadi semakin rendah. Kemudian, kualitas produk dan kualitas layanan secara bersama-sama memberikan sumbangan pengaruh yang sangat besar terhadap kepuasan konsumen, hal tersebut ditunjukkan melalui nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 76,7%. Hal ini berarti, kualitas produk dan kualitas layanan secara bersama-sama memiliki arah hubungan yang positif terhadap kepuasan konsumen dan benar-benar menjadi penyebab utama rendahnya kepuasan konsumen terhadap Zalora.co.id. Dengan demikian, apabila Zalora.co.id ingin meningkatkan kepuasan konsumen, maka kedua variabel tersebut yaitu, kualitas produk dan kualitas layanan harus benar-benar diberikan perhatian lebih dibandingkan faktor lain, serta harus benar-benar diperbaiki terlebih dahulu.

4.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah jabarkan sebelumnya, dapat disusun beberapa saran yang dapat dilakukan oleh Zalora.co.id antara lain sebagai berikut:

1. Karena hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap kepuasan konsumen. Oleh sebab itu, apabila perusahaan ingin meningkatkan kepuasan konsumen melalui kualitas produk maka, beberapa indikator yang peneliti gunakan untuk mengukur kepuasan konsumen harus diperbaiki. Terutama ketiga indikator berikut, ketidakesuain bahan produk *fashion* Zalora.co.id antara yang dipesan responden dengan yang diterima, daya tahan produk *fashion* Zalora.co.id karena banyak responden yang mengeluhkan bahwa produk yang mereka beli mudah rusak, seharusnya Zalora.co.id memberikan penjelasan kepada konsumen pada kolom deskripsi terkait produk tersebut merupakan produk baru atau produk yang sudah lama tidak laku terjual, dan yang terakhir adalah mengenai variasi model produk *fashion* Zalora.co.id agar lebih diperbanyak, sehingga konsumen memiliki banyak pilihan untuk membeli.
2. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, pihak Zalora.co.id harus membuat suatu mekanisme untuk menindaklanjuti keluhan-keluhan konsumen berkaitan dengan kualitas produk dan pihak Zalora.co.id harus mampu menyampaikannya kepada pihak produsen yang bekerjasama dengan Zalora.co.id agar dapat memperbaiki kualitas produknya, sehingga konsumen merasa keluhan mereka didengar dan merasa puas.

3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh yang besar terhadap kepuasan konsumen. Oleh sebab itu, apabila perusahaan menginginkan tingkat kepuasan konsumen menjadi tinggi, maka Zalora.co.id harus memperbaiki kualitas layanan melalui beberapa indikator yang peneliti gunakan, adapun indikator yang harus diperbaiki antara lain, kesesuaian waktu pengiriman dengan yang dijanjikan harapan Zalora.co.id harus mengatur ulang waktu pengiriman agar benar-benar sesuai dengan yang dijanjikan, bagaimana agar produk yang dipesan tidak salah alamat dan tidak mengalami keterlambatan pengiriman. Selanjutnya berkaitan dengan proses retur dan *refund*, Zalora.co.id harus lebih menyederhanakan proses retur maupun *refund* karena banyak responden yang merasa proses tersebut terlalu lama.
4. Karena Zalora.co.id menuliskan secara detail waktu pengiriman produk dalam kurun waktu tertentu pada *website*, sehingga dapat menimbulkan perbedaan persepsi antara pihak Zalora.co.id dengan pihak konsumen. Oleh sebab itu, sebaiknya Zalora.co.id mengganti estimasi pengiriman barang yang semula dalam jumlah hari (1-4 hari kerja untuk wilayah Jakarta, 2-6 hari kerja di luar Kota Jakarta) menjadi tanggal saja seperti dari tanggal 1-6 Januari. Dengan demikian tidak akan menimbulkan kesalahan persepsi antara kedua belah pihak.
5. Peneliti sangat menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki banyak kekurangan dilihat dari sisi responden, mayoritas responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa sedangkan masyarakat di Kota Semarang memiliki latar belakang, pekerjaan, dan status yang berbeda-beda, meskipun memang

sebagian besar yang melakukan transaksi pada *e-commerce* adalah mahasiswa. Dengan demikian semoga keterbatasan ataupun kekurangan ini nantinya dapat menjadi saran bagi peneliti selanjutnya untuk memperluas wilayah penelitian, sehingga responden yang didapat nantinya diharapkan dapat mewakili masyarakat Kota Semarang.