

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa :

1. *Pragmatic experience* berpengaruh signifikan terhadap *service quality*. Hal ini berarti membuktikan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh *e-commerce* telah memenuhi harapan dari para penggunanya, sehingga perusahaan perlu belum melakukan evaluasi/perbaikan karena dianggap belum cukup bagi pengguna.
2. *Usability experience* tidak berpengaruh signifikan terhadap *service quality*. Hal ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan untuk dimensi ini sudah memuaskan penggunanya, sehingga tidak diperlukan adanya perbaikan kualitas yang menyangkut dengan dimensi ini.
3. *Hedonic experience* tidak berpengaruh signifikan terhadap *service quality*. Dari hasil penelitian ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan untuk dimensi ini sudah dapat memenuhi harapan dari penggunanya dan tidak perlu adanya perbaikan pelayanan untuk saat ini.
4. *Sociability experience* tidak berpengaruh signifikan terhadap *service quality*. Dari hasil penelitian ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan pada dimensi

ini sudah memenuhi harapan dari para konsumennya, sehingga tidak perlu adanya perbaikan kualitas pelayanan untuk saat ini.

5.2 Batasan Penelitian

Dalam penelitian ini, terdapat beberapa batasan yang menjadi kekurangan untuk penelitian ini, yaitu terdapat beberapa nilai loading factor pada uji validitas yang tidak memenuhi kriteria, sehingga uji validitas tidak maksimal. Selain itu, dalam penelitian ini didominasi oleh mahasiswa, yang mana objek penelitian ini terlalu spesifik sehingga hasilnya tidak terlalu akurat. Untuk penelitian berikutnya, objek penelitian yang disarankan dapat mencakup lebih banyak lagi masyarakat umum dengan berbagai macam profesi yang berbeda, sehingga hasil penelitian lebih akurat dan dapat diandalkan.

