

BAB VI PENUTUP

6.1. Kesimpulan

1. Berdasarkan identifikasi variabel-variabel yang diperoleh dari beberapa sumber literatur (Harto, 2015), (Novirasari, dkk, 2014), (Sanjaya, 2012) dan (Yodi, 2018) diperoleh sebanyak 21 variabel yang sudah mewakili 7 dimensi *e-servqual* yang ada terhadap kepuasan pelanggan di CV. Sumber Jaya.
2. Dari hasil pengolahan data yang telah dilakukan di terhadap 21 variabel, diperoleh nilai gap yang tertinggi terdapat pada variabel no 10 (pihak travel menjaga privasi pelanggan) sebesar 0,64 dan nilai gap terkecil terdapat pada variabel no 17 (informasi yang disampaikan akurat) sebesar 0,11.
3. Setelah dilakukan perhitungan gap, maka diambil 15 variabel yang memiliki gap terbesar. Dari 15 variabel tersebut sudah mewakili dari 7 dimensi yang ada. Penyebaran kuesioner dilakukan kepada pelanggan CV. Sumber Jaya melalui *google form* dengan menggunakan metode kano. Dari hasil penyebaran kuesioner melalui *google form* diperoleh jumlah responden sebanyak 60 orang.
4. Pada penelitian ini juga diangkat juga rekomendasi yang berkenaan dengan peningkatan layanan diantaranya adalah mengenai situs web memiliki tampilan yang menarik, adanya tanggung jawab atau ganti rugi apabila terjadi kecelakaan, pihak travel melayani pelanggan dengan cepat dan pihak travel menjaga privasi pelanggan.

6.2. Saran

1. Sebaiknya pihak CV. Sumber Jaya terus melakukan perbaikan untuk dapat meningkatkan kualitas layanan.
2. Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat menjadi masukan dan bahan evaluasi bagi CV. Sumber Jaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ang, Y. W., Enter, B. V., & Uang, C. H. (2012). *The Relationship Between Customer Satisfaction, Social Responsibility, And Long-Run Financial Performance. Td The Journal For Transdisciplinary Research In Southern Africa*, 8(2), 167–187.
- Anggraeni, N. M. S. dan Yasa, N. N. K. 2012. "E-Service Quality Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Dalam Pelangganan Internet Banking". *Jurnal Keuangan dan Perbankan*. 16(2); 293–306.
- Daryanto & Ismanto Setyobudi. (2014). *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Malang: Gaya Media.
- Gounaris, S., Dimitriadis, S., & Stathakopoulos, V. (2010). *An examination of the effects of service quality and satisfaction on customers' behavioral intentions in e-shopping. Journal of Services Marketing*, 24, 142-156.
- Gronroos, C. (1982). *Strategic management and marketing in the service sector. Helsingfors: Swedish School of Economics and Business Administration*.
- Harto, B. (2015). Analisis tingkat kepuasan pelanggan dengan pendekatan fuzzy servqual dalam upaya peningkatan kualitas pelayanan (studi kasus di bengkel resmi bajaj padang). *Jurnal Teknoif Teknik Informatika Institut Teknologi Padang*, 3(1), 20-30.
- Huang J. 2017. *Application of kano model in requirements analysis of y company consulting project. American Journal Of Industrial And Business Management* . Vol. 7, hal. 910–918.
- Jiang, J.J., Klein, G., and Carr, C.L., 2002. *Measuring Information System Service Quality: SERVQUAL from the Other Side. MIS Quarterly*, 26(2): 145–6.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*, Edisi Sebelas. Terjemahan oleh Hendra Teguh, Jakarta: PT. Prenhallinda.
- Kotler, Philip. 2008. *Principle Of Marketing 12th Edition. Prinsip-prinsip Pemasaran (12th Ed)*. Ahli Bahasa: Sabran, Bob. Jakarta: Erlangga.
- Laudon, K.C. dan Traver, C.G. 2012. *E-Commerce, Business Technology Society*. USA: Addison Wesley.

- Li, Hongxiu dan Suomi, Reima. 2009. "A Proposed Scale for Measuring E-Service Quality". *International Journal of u- and e-Service, Science, and Technology*. 2(1); 1-10.
- Lin, C-Y., & Ho, Y-H. (2008). *An empirical study on logistics service providers' intention to adopt green innovations*. *Journal of Technology Management & Innovation*, 3(1), 17-26.
- Lupiyoadi, 2014. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi.
- Nasution, M.N. 2004. Manajemen Jasa Terpadu. Bogor: Graha ilmu
- Novirasari Anisa, dkk. 2014. Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan Jasa dengan Menggunakan Metode *Service Quality* di Baraya Travel Bandung. *Jurnal Online Institut Teknologi Nasional Vol.02*. Bandung.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Malhotra. (2002). *Service quality deliver through web site: a critical review of extant knowledge*. *Journal of Academy of Marketing Science*, 30 (4), 362-375.
- Rintho Rante Rerung. (2018). *E-Commerce*. Yogyakarta : Deepublish.
- Sanjaya, 2012. Pengukuran Kualitas Layanan *Website* Kementerian Kominfo Dengan Menggunakan Metode Webqual. Jakarta
- Somantri, O., & Apriliani, D. (2018). *Support Vector Machine Berbasis Feature Selection Untuk Sentiment Analysis Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Warung Dan Restoran Kuliner Kota Tegal*. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer (JTIK)*, 5(5), 537-548. <https://doi.org/10.25126/jtiik20185867>.
- Singarimbun, M., & Effendi. (1995) Metode Penelitian Survei. Jakarta: Penerbit LP3ES.
- Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet.
- Tan, K.C. dan T.A. Pawitra. 2001. "Integrating Servqual and Kano's Model into QFD for Service Excellence Development". *Managing Service Quality*. 11(6); 418-430.
- Tjiptono, F., & Chandra, A., 2016. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Office.
- Tjiptono, F., & Chandra, G., 2011. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Office.

Turban, Efraim, dkk. (2015). *Electronic Commerce*. Springer : New York
<https://apjii.or.id/survei2017><https://www.statista.com/statistics/869700/indonesia-top-10-e-commerce-sites/>.

Walden D. 1999. *Kano's Method For Understanding Customer-defined Quality*.
Center For Quality Of Management . Vol. 2, Issue 4, hal 2-28.

Walden, D. 1993. "Special issue on Kano's Methods for Understanding Customer Defined Quality". *The Center for Quality of Management Journal*. 2(4); 3-35.

Wu, S. J. (2014). *Relationship between consumer characteristics attitude toward online shopping*. *Marketing Intelligence & Planning*, 21(1), 37-44.

Yodi, 2018. Analisis Kualitas Situs Web Batampos Menggunakan Metode