

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Program Gratis Ongkos Kirim, dan *E-Servicescape* terhadap *E-Satisfaction* (Studi pada Pengguna Aplikasi Alfagift di Surabaya)”, berikut merupakan kesimpulan yang didapatkan:

1. Secara simultan, Persepsi Kemudahan (X1), Program Gratis Ongkos Kirim (X2), dan *E-Servicescape* (X3) berpengaruh dan signifikan terhadap *E-Satisfaction* (Y) pada pengguna aplikasi Alfagift di Surabaya.
2. Secara parsial, Persepsi Kemudahan (X1) berpengaruh dan signifikan terhadap *E-Satisfaction* (Y) pada pengguna aplikasi Alfagift di Surabaya.
3. Secara parsial, Program Gratis Ongkos Kirim (X2) tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap *E-Satisfaction* (Y) pada pengguna aplikasi Alfagift di Surabaya.
4. Secara parsial, *E-Servicescape* (X3) berpengaruh dan signifikan terhadap *E-Satisfaction* (Y) pada pengguna aplikasi Alfagift di Surabaya.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, maka penulis mengusulkan saran sebagai berikut:

1. Pelaku bisnis diharapkan memperhatikan hal-hal yang dapat menciptakan pengalaman berbelanja *online* yang lebih memuaskan bagi para konsumen. Aplikasi yang mudah digunakan akan memberikan persepsi yang positif. Selain itu, *e-Servicescape* yang baik juga dapat meningkatkan pengalaman belanja yang nyaman dan terpercaya. Meskipun, secara parsial, program gratis ongkos kirim tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap *e-satisfaction*, hal ini tetap dapat dipertimbangkan dalam strategi pemasaran. Program gratis ongkos kirim perlu didukung dengan kualitas produk yang baik, pengiriman yang cepat dan tepat, serta pelayanan yang memuaskan. Apabila ketiga aspek atau variabel tersebut dioptimalkan, *e-satisfaction* yang dirasakan oleh konsumen dapat terus meningkat.
2. Peneliti berikutnya diharapkan mempertimbangkan variabel-variabel independen lainnya yang belum dibahas dalam penelitian ini dan mempertimbangkan penggunaan objek penelitian lain yang masih relevan dalam konteks belanja *online*, seperti aplikasi belanja *online* atau *e-grocery* lainnya. Hal ini guna memperluas cakupan temuan dan memberikan hasil yang lebih komprehensif untuk penelitian yang akan mendatang.