BAB 5
SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan
Berdasarkan pada hasil pengujian hipotesis dan pembahasan, maka simpulan penelitian ini adalah sebagai berikut:
1. *Perceived acquisition value* terbukti berpengaruh terhadap *e-satisfaction*. Simpulan ini menjawab hipotesis pertama penelitian, sehingga hipotesis pertama yang menyatakan bahwa *perceived acquisition value* berpengaruh terhadap *e-satisfaction* adalah diterima.

5.2. Saran
Saran yang dapat diberikan atas dasar hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:
1. Menyederhanakan proses aplikasi pembelian dengan tidak berbelit-belit
2. Sistem navigasi atau bahasa panduan dalam *website* harus disederhanakan dengan menggunakan bahasa-bahasa yang mudah dipahami oleh pengunjung karena tidak semua pengunjung *website* dengan pendidikan tinggi
3. Menambah informasi mengenai penjelasan bahwa harga yang ditawarkan sesuai dengan keunggulan produk sehingga pembeli merasa diuntungkan dari harga yang ditetapkan.

4. Variasi produk terus ditingkatkan sehingga memberikan banyak pilihan bagi konsumen dan konsumen merasa mendapatkan produk yang dibutuhkan dengan tepat. Hal ini perlu dilakukan untuk agar responden merasakan bahwa pembelian di Lazada adalah pembelian yang tepat.

5. Peningkatan kualitas layanan juga terus ditingkat terutama dalam merespon aplikasi pembelian pengunjung dan memberikan kecepatan dalam memberikan informasi yang diinginkan oleh pengunjung. Selain itu, pemilihan jasa kurir untuk mengirimi barang pesanan konsumen juga terus dilakukan. Hal ini perlu dilakukan untuk agar responden merasakan bahwa pembelian di Lazada adalah pembelian yang tepat.

DAFTAR PUSTAKA


Polveretzky, Zoltan (1999). The call center & e-commerce convergence, *Call Center Solutions*, 7 (January), 76.


