

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

Pada Bab V ini akan dijelaskan mengenai kesimpulan yang diperoleh dari penelitian yang sudah dilakukan. Kesimpulan merupakan hasil atau jawaban dari permasalahan yang telah dirumuskan sebelumnya. Selain itu juga akan diberikan saran untuk objek penelitian dan saran untuk penelitian selanjutnya agar dapat melakukan penelitian dengan lebih baik lagi.

#### V.1 Kesimpulan

Berdasarkan pengolahan dan analisis yang sudah dilakukan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat 7 variabel yang berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan jemaat Gereja X dalam mengikuti ibadah *online* yaitu *reliability*, *ease of use*, *appearance*, *content*, *security*, *experience*, dan *communication*.
2. Telah dilakukan penilaian performansi dan diperoleh nilai rata-rata performansi sebesar 3,47. Terdapat 3 variabel yang memiliki nilai di bawah rata-rata performansi yaitu *reliability*, *appearance* dan *experience* dengan masing masing nilai yaitu 3,44, 3,154 dan 3,043.
3. Prioritas perbaikan dilakukan pada 4 variabel yaitu *reliability*, *ease of use*, *communication* dan *experience* dengan pertimbangan nilai performansi dan *path coefficient*.
4. Diberikan beberapa usulan perbaikan terhadap Gereja X untuk meningkatkan kepuasan jemaat dalam mengikuti ibadah seperti membentuk tim multimedia atau pembagian tugas khusus, pembaruan terkait *background* pada *channel Youtube* Gereja X pemindahan lokasi *wifi*, pembuatan poster yang berkaitan tentang informasi serta penambahan alat tambahan seperti kamera, penguat sinyal dan *video mixer switcher*.

## V.2 Saran

Adapun beberapa saran yang diberikan kepada Gereja X dan juga peneliti selanjutnya. Kepada Gereja X untuk dapat mempertimbangkan usulan-usulan perbaikan yang diberikan untuk meningkatkan kepuasan jemaat dalam beribadah *online*. Selain itu terdapat beberapa saran yang dapat diberikan kepada peneliti selanjutnya yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian selanjutnya mampu menggunakan lebih banyak data agar hasil penelitian yang diperoleh memberikan model yang lebih baik.
2. Penelitian selanjutnya dapat dilakukan segmentasi sesuai jenis ibadah yang ada di Gereja X.

## DAFTAR PUSTAKA

- BPS. (2020). *Grafik Kasus COVID-19 Indonesia*. Tersedia di: <https://covid-19.bps.go.id/>
- Cai, S. dan Jun, K. (2003). *Internet users perceptions of online service quality: a comparison of online buyers and information searchers*. *Managing Service Quality*. Vol 13(6): 504-519.
- Daga, R. (2017). *Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan*. Makasar: Global RCI.
- Garson, G. D. (2016). *Partial Least Structure: Regression and Structural Equation Models*. North Carolina: Statistical Associates Publishing
- Gera, R. (2013). *Evaluating the relationship of online service quality variabelons with satisfaction, value and behavioural outcome*. *African Journal of Business Management*. Vol 7: 754-761.
- Ha, S. dan Stoel, L. (2012). *Online apparel retailing: roles of e-shopping quality and experiential e-shopping motives*. *Journal of Service Management*. Vol 23(2):197-215.
- Hair, J.F., Hult, G.T., Ringle, C.M. & Sarstedt, M. (2014). *A Primer On Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Los Angeles: Sage Publication.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J. & Anderson, R.E. (2010). *Multivariate Data Analysis, 7<sup>th</sup> edition*. New Jersey: Pearson
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Janda, S., Trocchia, P.J. dan Gwinner, K.P. (2002). *Customer perceptions of Internet retail service quality*. *International Journal of Service Industry Management*, 13(5), 412-431
- Jun, M., Yang, Z. dan Kim, D. (2003). *Customers perceptions of online retailing service quality and their satisfaction*. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 21(8), 817-840
- Kalia, P. (2017). *Service quality scales in online retail: methodological issues*. *International Journal of Operations & Production Management*. Vol 37 (5): 630-663

- Kim, M., Kim, H.J. dan Lennon, J.S. (2006). *Online service attributes available on apparel retail web sites: an E-S-QUAL approach. Managing Service Quality*, Vol 16 (1): 51-77
- Kotler, P. dan Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 12, Jilid 1.* Jakarta : Erlangga
- Kotler, P. dan Keller, K.L. (2012). *Marketing Management. Edisi 14, Jilid 1.* New Jersey : Pearson
- Madu, N.C. dan Madu, A.A (2002). *Variabelons of e-quality. International Journal of Quality & Reliability Management.* Vol 19 (3): 246-258
- Monecke, A. dan Leisch, F. (2012). *semPLS: Structural Equation Modelling Using Partial Least Square. Journal of Statistical Software.* Vol 48. Issue 3.
- Parasuraman, Zeithaml, A.V. dan Berry L.L (1988), 'SERVQUAL : A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality', *Journal of Retailing.* Vol 64 (1): 12-40
- Parasuraman, A., Zeithaml, A.V. dan Malhotra, A. (2005). *E-S-QUAL A Multiple-Item Scale for Assessing Electronic Service Quality. Journal of Service Research.* Vol 7(X): 1-21.
- Presiden Republik Indonesia (2020). Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar Dalam Rangka Percepatan Penanganan *Corona Virus Disease 2019 (COVID-19)*, Jakarta.
- Santos, J. (2003). *E-service quality: a model of virtual service quality variabelons. Managing Service Quality.* Vol 13(3): 233-246
- Sarwono, J. dan Narimawati, U. (2015). *Membuat Skripsi, Tesis, dan Disertasi dengan Partial Least Square SEM (PLS-SEM).* Yogyakarta: Andi. Diakses dari: <http://anyflip.com/pfnd/rnjb/basic>
- Sekaran, U. (2003). *Research Method for Business: A Skill-Building Approach.*
- Sugiyono (2007). *Statistik Untuk Penelitian.* Bandung: CV Alfabeta.
- Yang, Z. dan Fang, X. (2004). *Online service quality variabelons and their relationships with satisfaction. International Journal of Service Industry Management.* Vol 15(3): 302-326.
- Yang, Z. dan Jun, M. (2002). *Consumer Perception Of E-Service Quality: From Internet Purchaser And Non-Purchaser Perspectives. Journal of Business Strategies.* Vol 19(1): 19-41.