

BAB VI

PENUTUP

6.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pengujian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas *website* secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan sumbangan pengaruhnya sebesar 63,3%
2. Dari hasil analisis uji secara parsial, variabel yang berpengaruh terhadap kualitas website yaitu variabel *Usability* dengan presentase 32,5%, dan variabel *Information Quality* dengan presentase 50,1%. Sedangkan variabel *Interaction Quality* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna.

6.2 SARAN

Saran yang dapat peneliti sampaikan untuk hasil penelitian yang telah dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Diharapkan untuk pengelola dan pemilik *website* alfamart.co.id agar dapat lebih memperhatikan keseluruhan kualitas *website* agar dapat mempertahankan dan juga meningkatkan kepuasan pelanggan.
2. Pengelola *website* harus lebih memprioritaskan kualitas informasi yang ada pada *website* alfamart.co.id karena dari hasil penelitian yang telah

dilakukan, kualitas informasi paling berpengaruh terhadap kualitas *website* alfamart.co.id.

3. Bagi peneliti berikutnya dapat menggunakan metode WebQual 4.0 ataupun dengan tambahan metode *Importance Performance Analisis* dalam pengukuran kualitas website.