

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Dari hasil analisa dan pengolahan data pada pengujian tentang “teori keadilan sebagai variabel antesenden kepuasan konsumen dengan kepercayaan sebagai variabel mediasi (studi pada konsumen situs jual beli *online* Tokopedia)” maka dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Dari analisa data responden menunjukkan mayoritas responden berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 110 orang atau 50,5% dan minoritas responden berjenis kelamin pria yaitu sebanyak 108 orang atau 49,5%.
2. Dari uji validitas ditemukan bahwa semua dinyatakan valid karena sig-nya semua $\leq 0,05$ (5%) serta hasil dari *Pearson Correlationnya* $\geq 0,300$.
3. Dari hasil uji reliabilitas, semua dinyatakan reliabel karena nilai *cronbach alpha* $\geq 0,70$. Untuk hasilnya TK = 0.938, T = 0.816, K = 0.920
4. Teori keadilan memengaruhi kepercayaan konsumen Tokopedia sebesar 83,6% sedangkan sisanya sebesar 16,4% dipengaruhi oleh faktor lain.
5. Bahwa H_1 ditolak dan H_0 diterima pada tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$. Sehingga tidak terdapat pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan konsumen.
6. Teori keadilan memengaruhi kepuasan konsumen Tokopedia memengaruhi sebesar 82,8% sedangkan sisanya sebesar 17,2% dipengaruhi oleh faktor lain.

7. Karena nilai yang diperoleh dari analisis jalur untuk kepercayaan terhadap kepuasan konsumen adalah 0,669 maka hal ini menunjukkan H_1 ditolak dan H_0 diterima, tidak terdapat pengaruh yang signifikan teori keadilan terhadap kepuasan konsumen dengan kepercayaan sebagai variabel mediasi.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh, maka penulis mencoba memberikan beberapa saran, antara lain:

1. Tokopedia sebagai situs belanja *online* perlu mempertahankan teori keadilan karena terbukti mampu memengaruhi kepuasan konsumen secara signifikan khususnya mahasiswa. Oleh karena itu, dimensi teori keadilan perlu terus ditingkatkan dan dievaluasi dengan cara memperbaiki sistem keadilan yang ada antara perusahaan terhadap konsumen.
2. Dari hasil penelitian ini terlihat bahwa kepercayaan tidak memengaruhi kepuasan konsumen. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan beberapa faktor lain seperti *service quality* yang juga mampu memengaruhi kepuasan konsumen pada situs Tokopedia. Selain itu, sampel penelitian juga bisa diperluas dan mencakup masyarakat luas sehingga hasil penelitian bisa memberikan informasi dan masukan yang lebih akurat.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini masih memiliki banyak keterbatasan-keterbatasan. Adanya keterbatasan ini diharapkan dapat dilakukan perbaikan untuk peneliti selanjutnya. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah:

1. Pada penelitian ini populasi yang didapatkan hanya dari mahasiswa Universitas Kristen Maranatha yang mana hal ini tidak dapat mewakili hasil dari populasi yang besar contohnya Kota Bandung.
2. Pada penelitian ini tidak diteliti pendapatan dari masing-masing responden sehingga hasil yang didapat tidak dapat mengetahui responden dengan pendapatan berapa yang paling berpengaruh.

