

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebarakan oleh peneliti, responden yang menanggapi pertanyaan kuesioner adalah sebanyak 129 orang. Hasil kuesioner menunjukkan bahwa responden dengan jenis kelamin Pria sebanyak 70 orang (54.3%), sedangkan responden dengan jenis kelamin Wanita sebanyak 59 orang (45.7%). Demikian dapat disimpulkan bahwa responden paling adalah responden dengan jenis kelamin Pria sebanyak 70 orang (54.3%).

Responden dikelompokan berdasarkan usia. Jumlah responden dengan usia <20 Tahun sebanyak 13 orang (10.1%), >35 Tahun sebanyak 1 orang (0.8%), 20 – 25 Tahun sebanyak 103 orang (79.8%) dan 25 – 30 Tahun sebanyak 12 orang (9.3%). Maka dapat disimpulkan bahwa responden terbanyak berusia 20 – 25 Tahun dengan jumlah 103 orang (79.8%). Hal ini dikarenakan mayoritas responden dari penelitian ini adalah mahasiswa.

Responden dikelompokan berdasarkan jumlah pengeluaran per bulan. Responden dengan pengeluaran per bulan kurang dari Rp. 1.000.000 sebanyak 14 orang (10.9%), Rp. 1.000.000 – Rp. 1.500.000 sebanyak 34 orang (26.4%), Rp. 1.500.000 – Rp. 2.000.000 sebanyak 26 orang (20.2%), Rp. 2.000.000 – Rp. 2.500.000 sebanyak 9 orang (7%) dan lebih dari Rp. 2.500.000 sebanyak 46 orang (35.7%). Dapat disimpulkan bahwa responden terbanyak terdapat pada biaya pengeluaran per bulan

lebih dari Rp. 2.500.000 sebanyak 46 orang (35.7%). Hal ini dikarenakan biaya kebutuhan yang semakin meningkat ditambah dengan tersedianya *e-commerce* yang dapat di akses oleh semua orang dan menyebabkan meningkatnya perilaku belanja secara *online*.

Responden dikelompokan berdasarkan penggunaan aplikasi atau situs *e-commerce* Shopee. Dari 129 total responden sebanyak 128 orang (99.2%) menyatakan bahwa pernah menggunakan Shopee, sedangkan 1 orang (0.8%) menyatakan bahwa tidak pernah menggunakan Shopee. Dapat disimpulkan bahwa sebanyak 128 responden (99.2%) pernah menggunakan Shopee. Hal ini dikarenakan Shopee adalah salah satu *e-commerce* terbesar di Indonesia. Sebanyak 126 orang (97.7%) dari 128 orang responden yang pernah menggunakan *e-commerce* Shopee melakukan kunjungan terhadap situs/aplikasi Shopee dalam satu tahun terakhir, sedangkan sebanyak 3 orang (2.3%) tidak melakukan kunjungan terhadap situs/aplikasi Shopee dalam satu tahun terakhir. Dari 128 orang responden yang pernah menggunakan *e-commerce* Shopee dan sebanyak 126 orang responden melakukan kunjungan dalam 1 tahun terakhir, sebanyak 115 orang responden (89.1%) melakukan pembelian ulang pada *e-commerce* Shopee, sedangkan sebanyak 14 orang (10.9%) tidak pernah melakukan pembelian ulang pada *e-commerce* Shopee. Hal ini dikarenakan Shopee menawarkan program – program yang menarik bagi pelanggan yang sering melakukan transaksi di *e-commerce* Shopee sehingga pelanggan cenderung melakukan pembelian ulang di *e-commerce* Shopee.

Berdasarkan hasil uji validitas dan reliabilitas yang telah dilakukan oleh peneliti, sebanyak 40 indikator yang diuji dan diteliti dapat dikatakan valid. Total 40 indikator yang dapat dikatakan valid adalah sebagai berikut:

Dari 34 indikator Kualitas Layanan Elektronik secara keseluruhan dapat dikatakan valid dengan masing – masing nilai lebih besar dari 0.3. Loyalitas Pelanggan memiliki 6 indikator secara keseluruhan dapat dikatakan valid dengan masing – masing nilai lebih besar 0.3 yaitu. Dapat disimpulkan bahwa keseluruhan indikator variabel X dan Y tidak memiliki indikator yang tidak valid.

Uji reliabilitas dikatakan valid apabila nilai *alpha* instrumen penelitian pada masing – masing dimensi lebih besar dari nilai yang telah ditetapkan, yaitu sebesar 0.60. Seluruhan instrumen kuesioner dalam penelitian ini dapat dinyatakan reliabel karena telah memenuhi syarat minimal yang telah ditetapkan. Variabel Kualitas Layanan Elektronik memiliki nilai 0.945 dengan nilai *Cronbach's Alpha if Item Deleted* masing – masing indikator kurang dari atau sama dengan 0.945 dan variabel Loyalitas Pelanggan Shopee memiliki nilai 0.904 dengan nilai *Cronbach's Alpha if Item Deleted* masing - masing indikator kurang dari atau sama dengan 0.904. Oleh karena itu seluruh variabel dinyatakan reliabel (dapat dipercaya).

Berdasarkan hasil uji normalitas yang telah diperoleh dapat disimpulkan jika interpretasi dari hasil data dengan menggunakan metode *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*, data memiliki distribusi normal karena nilai  $\text{sig} > \alpha$  yaitu,  $.200 > .05$ .

Berdasarkan hasil uji heterokedastisitas yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa interpretasi dari hasil uji terbebas dari heterokedastisitas karena nilai sig variabel Kualitas Layanan Elektronik .278 lebih besar dari syarat lulus yaitu sig .05.

Metode uji analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah metode regresi linier sederhana, berdasarkan hasil uji regresi linier sederhana yang dilakukan oleh peneliti dapat disimpulkan suatu persamaan yaitu  $Y = 6.519 + 0.138X + e$

Arti persamaan diatas adalah:

a: 6.519 memiliki arti jika variabel Kualitas Layanan Elektronik sama dengan nol, maka Loyalitas Pelanggan Shopee sama dengan 6.519.

b: 0.138 memiliki arti jika nilai Kualitas Layanan Elektronik meningkat sebesar satu satuan, maka Kualitas Layanan Elektronik meningkat sebesar 0.138.

Sig = 0.000 < 0.05 maka  $H_0$  ditolak.

Maka Kualitas Layanan Elektronik memiliki pengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Shopee.

Hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) menggambarkan bahwa 39.7% variasi perubahan Kualitas Layanan Elektronik dapat dijelaskan oleh Loyalitas Pelanggan Shopee, sedangkan 60.3% dijelaskan oleh sebab – sebab lain diluar model.

## 5. 2 Saran

Saran yang dapat diberikan oleh peneliti berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan adalah sebagai berikut:

### 1. Bagi Perusahaan

Untuk perusahaan *e-commerce* disarankan untuk selalu meningkatkan kualitas layanan elektroni, seperti melakukan pembaruan fitur antar muka pada aplikasi maupun situs, meningkatkan keamanan data maupun transaksi bagi pelanggan dan memberikan program – program promosi yang menarik serta menyediakan aplikasi atau situs yang interaktif agar pelanggan tertarik untuk melakukan kunjungan maupun pembelian ulang secara terus menerus melalui aplikasi atau situs dari *e-commerce*.

### 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk penelitian selanjutnya peneliti merekomendasikan untuk mengembangkan penelitian ini dengan meneliti variabel atau model lain diluar dari penelitian ini yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan Shopee dan menjadikan penelitian ini sebagai acuan atau pendukung dalam penelitian selanjutnya.