

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Simpulan**

Dari hasil studi yang telah dilakukan dan diuraikan di bab sebelumnya tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen *E-commerce* Shopee (Pada Mahasiswa Universitas Kristen Maranatha yang Menggunakan Shopee), bisa diambil suatu simpulan bahwa:

- Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan *e-commerce* Shopee terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dibuktikan dengan angka statistik probabilitas  $0,000 < 0,05$ .
- Hasil koefisien regresi variabel kualitas pelayanan menunjukkan hubungan positif atau searah terhadap kepuasan konsumen. Dalam hal ini, apabila kualitas pelayanan *e-commerce* Shopee meningkat, maka kepuasan konsumen Shopee juga akan mengalami peningkatan.
- Dari koefisien determinasi diketahui kualitas pelayanan mampu menjelaskan variabel kepuasan konsumen sebesar 42,6% sedangkan sisanya sebesar 57,4% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti.

#### **5.2 Keterbatasan Penelitian**

Dalam penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan yang menjadi kekurangan dari penelitian ini. Penelitian ini memiliki keterbatasan pada:

- Populasi penelitian yang merupakan mahasiswa Universitas Kristen Maranatha, sehingga hasil penelitian ini tidak bisa digeneralisasikan terhadap kepuasan konsumen *e-commerce* Shopee secara luas.
- Penelitian ini juga belum mengungkap faktor lain yang bisa mempengaruhi kepuasan konsumen *e-commerce* Shopee selain dari unsur kualitas pelayanan.

### 5.3 Implikasi Manajerial

Hasil penelitian ini memberikan implikasi bahwa pihak dari *e-commerce* Shopee perlu terus meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan pada konsumen. Hal ini dikarenakan kualitas pelayanan yang diberikan *e-commerce* Shopee terbukti berpengaruh signifikan pada kepuasan konsumennya.

Peningkatan kualitas pelayanan bisa dilakukan dengan menambahkan *voucher* potongan harga kepada para konsumen, kemudian menambahkan kecepatan dalam mengakses aplikasi sehingga konsumen dapat dengan mudah dan cepat dalam mengakses aplikasi Shopee, serta melakukan promosi yang lebih banyak pada aplikasi-aplikasi media social seperti Instagram, Twitter, Youtube, Facebook dan yang lainnya. Cara lain adalah dengan meningkatkan kecepatan dalam melakukan pengiriman barang pada konsumen dan juga memberikan promo gratis ongkir pada konsumen yang sudah sering melakukan transaksi di aplikasi Shopee.

Selain itu, pihak *e-commerce* Shopee juga perlu mempertimbangkan faktor lain seperti harga pada produk yang diberikan dengan harga produk dari *e-commerce* lain, apabila harga yang diberikan *e-commerce* Shopee lebih menarik dibanding *e-commerce* lain maka konsumen akan merasa puas dan tetap

menggunakan Shopee kembali. Kepuasan konsumen juga dapat diukur dengan melakukan *survey* pelanggan. Dengan *survey* yang dilakukan ini maka mereka bisa mengenali kelemahan apa sehingga masih harus diperbaiki dan apa saja yang diinginkan konsumen. Dengan kualitas pelayanan yang unggul dan mampu memberikan sesuai keinginan pelanggan, akan menjadikan pelanggan setia dan tidak beralih ke *e-commerce* lainnya.

### 5.3 Saran

Sesuai dengan hasil simpulan serta keterbatasan penelitian ini, peneliti mengemukakan saran sebagai berikut:

1. Perusahaan *e-commerce* Shopee perlu meningkatkan kualitas layanan *e-commerce* agar kepuasan konsumen bisa terus dijaga dan ditingkatkan. Perusahaan Shopee juga bisa melakukan *survey* secara langsung atas kepuasan konsumen pada layanan Shopee, karena faktor kualitas pelayanan terbukti signifikan dalam mempengaruhi kepuasan konsumen Shopee dalam berbelanja *online*.
2. Bagi peneliti yang akan datang, disarankan untuk mengeksplorasi variabel lain yang diduga mempunyai efek kuat terhadap kepuasan konsumen. Variabel tersebut yang disarankan penulis antara lain potongan harga, citra toko *online*, atribut produk.