

BAB VI

PENUTUP

Penutup berisi kesimpulan yang diperoleh dari penelitian yang dilakukan dan saran yang berisi rekomendasi terhadap peneliti selanjutnya.

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Tingkat kepuasan konsumen dalam transaksi *online* di *marketplace* masih rendah. Hal ini dapat dilihat dari hasil nilai *gap* pada variabel keamanan, ketersediaan informasi, pengiriman, kualitas, harga, waktu, dan kepuasan konsumen yang bernilai negatif. Keamanan dan kualitas menjadi variabel dengan tingkat kepuasan terendah dengan rata-rata nilai *gap* sebesar -2,4986 dan -0,9652.
2. Terdapat perbedaan antara *marketplace* Tokopedia, Shopee, dan Lazada untuk indikator-indikator kualitas dan keamanan. Tokopedia lebih unggul dibandingkan Shopee untuk dua indikator kualitas yaitu kemampuan menyediakan kualitas dan produk yang sama dengan produk yang dibeli di retail tradisional. Tokopedia juga lebih unggul dibandingkan Lazada untuk semua indikator kualitas dan keamanan. Shopee juga lebih unggul dibandingkan Lazada untuk semua indikator kualitas dan keamanan.

3. Indikator yang perlu segera diperbaiki dan ditingkatkan oleh *marketplace* adalah indikator variabel kualitas dan keamanan. *Marketplace* perlu segera menyediakan kualitas, produk dan kondisi pembelian yang sama dengan pembelian di toko tradisional (seperti tersedianya produk yang beragam, terdapat variasi harga, adanya diskon, dan respon yang cepat) dan memperbaiki indikator keamanan, yaitu adanya fitur yang mampu melindungi data kartu kredit/debit, melindungi privasi konsumen, dan melindungi konsumen dari pencurian identitas.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, analisis, dan kesimpulan diperoleh saran yang diberikan untuk penelitian selanjutnya, yaitu sebagai berikut:

1. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini hanya tujuh variabel, peneliti selanjutnya dapat mengembangkan variabel yang digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen dalam transaksi *online* karena *marketplace* terus mengalami perkembangan sehingga variabel atau indikator yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam transaksi *online* bisa bertambah, seperti kebijakan pengembalian produk dan kemudahan pembayaran.
2. Peneliti selanjutnya dapat menggunakan objek penelitian berbeda, seperti Zalora yang khusus menyediakan produk fesyen dan Sociolla yang khusus menyediakan produk kosmetik.
3. Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan sampel penelitian sehingga diperoleh hasil yang lebih akurat.