

BAB V

PENUTUP

Bab ini merupakan kesimpulan dari hasil yang telah disajikan pada bab sebelumnya. Bab ini berisikan kesimpulan, implikasi penelitian, keterbatasan penelitian dan saran untuk penelitian selanjutnya. Penelitian ini akan merangkum dan membahas tujuan penelitian, tujuan penelitian tersebut adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, pemulihan layanan, dan kepuasan pelanggan.

5.1 Kesimpulan Penelitian

Penelitian ini menggunakan empat variabel yaitu kualitas produk, harga, pemulihan layanan, dan kepuasan pelanggan. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner pada masyarakat *millennial* di kota Bukittinggi sebanyak 112 kuesioner. Seperti yang telah di jelaskan dalam bab-bab sebelumnya, ada hipotesis yang di ajukan dan hasil menunjukkan bahwa hipotesis tersebut hasilnya positif dan signifikan. Serta semua hipotesis adalah jawaban dari pernyataan penelitian yang diajukan dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil pengujian SEM (*Structural Equational Modeling*) dengan SmartPLS 3.3.9 menyimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan uji hipotesis, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan pada kepuasan pelanggan masyarakat *millennial* di kota Bukittinggi. Hal ini menunjukkan bahwa responden yang ditemui peneliti memiliki persepsi yang baik terhadap adanya kualitas terhadap suatu barang yang diterima oleh pelanggan maka tingkat kepuasannya akan semakin terus meningkat.

2. Berdasarkan uji hipotesis, harga berpengaruh positif dan signifikan pada kepuasan pelanggan masyarakat *millennial* di kota Bukittinggi. Hal ini menunjukkan bahwa responden yang ditemui peneliti memiliki pandangan yang sejalan dengan penelitian yang dikemukakan oleh Irawan (2004) jika harga dan kualitas yang di rasakan bermanfaat akan mempengaruhi kepuasan konsumen yang tinggi. Hal ini juga terlihat apabila harganya murah dan kualitas produk baik, kepuasan konsumen akan tinggi. Sebaliknya, apabila harganya mahal dan kualitas produk buruk, maka kepuasan konsumen akan rendah. Selain itu, dari hasil penelitian koefisien determinasi (R^2), variabel harga dan kualitas produk memiliki sumbangan pengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen sebesar 74,8%, artinya variabel harga dan kualitas produk secara bersama-sama menjadi faktor dominan yang mempengaruhi kepuasan konsumen.
3. Berdasarkan uji hipotesis, pemulihan layanan berpengaruh positif dan signifikan pada kepuasan pelanggan masyarakat *millennial* di kota Bukittinggi. Hal ini menunjukkan bahwa responden yang ditemui peneliti memiliki persepsi yang baik terhadap pemulihan layanan, maka akan semakin meningkatkan kepuasan pelanggan. Kim, Yoo, dan Lee (2011) yang menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara pemulihan layanan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil dari penelitian pada masyarakat *millennial* di kota Bukittinggi didapatkan fakta bahwa pemulihan layanan yang baik dapat menumbuhkan rasa puas pada pelanggan dalam berbelanja.

5.2 Implikasi Penelitian

Berikut merupakan implikasi penting dalam penelitian ini, hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu manajemen pemasaran, khususnya terhadap kepuasan pelanggan. Dari penelitian ini didapatkan hasil bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (H1) harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (H2), dan pemulihan layanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (H3).

Temuan penelitian ini memiliki beberapa wawasan manajerial penting. Hasil penelitian ini melaporkan terkait beberapa variable yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada konsumen online di Bukittinggi, diantaranya:

1. Pengaruh kualitas produk yang mana terdapat indikator (KP2) yang menyatakan Produk yang dijual Marketplace favorit saya ini memenuhi standar yang saya harapkan dengan nilai rata-rata terendah pada indikator tersebut, hal ini berarti ekspektasi pelanggan terhadap barang yang ditawarkan bukanlah tujuan utama dari pelanggan dalam berbelanja secara online melainkan terdapat beberapa faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.
2. Variable harga yang mana terdapat indikator Harga barang belanjaan pada Marketplace favorit saya ini dapat diterima (H3), hal ini berarti terdapat faktor lain diluar harga yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan yang mana berarti penetapan harga sebaiknya harus sesuai dengan kualitas yang ditawarkan barang dan jasa tersebut serta manfaat yang diberikan kepada

pembelinya. Semakin baik kualitas dan manfaat yang diberikan maka harga barang tersebut akan semakin tinggi.

3. Indikator dari pemulihan layanan yang menyatakan bahwa Marketplace favorit saya ini menawarkan jaminan yang berarti (PL3) memiliki nilai rata-rata 4,18 sehingga menjadikan indikator ini sebagai tingkat rata-rata terendah dari indikator lainnya.. Pendekatan yang digunakan sebelumnya, merupakan rata-rata terendah dari variable tersebut yang mana menyatakan bahwa responden pada penelitian ini kurang setuju dengan pernyataan tersebut.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Selama proses penelitian, penulis menyadari bahwa hasil penelitian ini tidak sempurna dan masih memiliki keterbatasan yang akan berpengaruh terhadap hasil yang diinginkan. Oleh karena itu, diharapkan kepada peneliti selanjutnya dapat lebih memperhatikan keterbatasan-keterbatasan yang ada agar mampu memberikan hasil yang lebih baik lagi dimasa yang akan datang. Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini adalah:

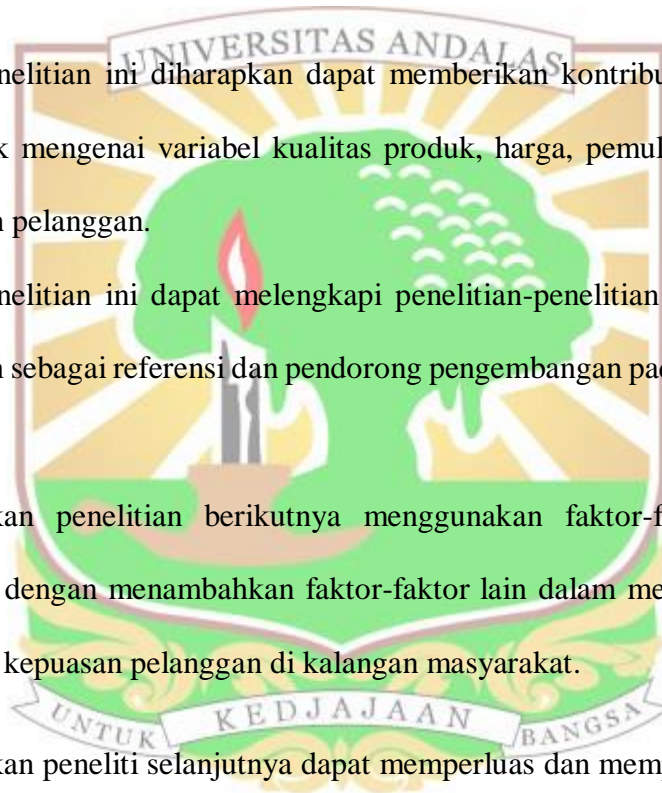
1. Peneliti hanya menganalisis pengaruh dari empat variabel yaitu; kualitas produk, harga, pemulihn layanan, dan kepuasan pelanggan pada masyarakat *millennial* kota Bukittinggi. Sedangkan masih ada variabel lain yang dapat mempengaruhi minat beli yang belum dibahas dalam penelitian ini.
2. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini hanya sebanyak 112 orang responden, sehingga belum menggambarkan keseluruhan masyarakat *millennial* kota Bukittinggi.

3. Data penelitian yang dianalisis hanya bersumber dari sampel responden pada beberapa masyarakat *millennial* kota Bukittinggi. Data tersebut bersifat *cross sectional* dan tidak mempertimbangkan kondisi masyarakat *millennial* kota Bukittinggi.

5.4 Saran

Berikut adalah saran bagi akademisi yang akan melakukan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap dunia akademik mengenai variabel kualitas produk, harga, pemulihan layanan, dan kepuasan pelanggan.
2. Hasil penelitian ini dapat melengkapi penelitian-penelitian sebelumnya serta dijadikan sebagai referensi dan pendorong pengembangan pada masa yang akan datang.
3. Diharapkan penelitian berikutnya menggunakan faktor-faktor yang lebih lengkap, dengan menambahkan faktor-faktor lain dalam melihat pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan di kalangan masyarakat.
4. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat memperluas dan memperbanyak sumber data, tidak hanya data kuantitatif dari kuesioner, namun juga menambahkan data yang diperoleh dari metode lainnya seperti wawancara dan sebagainya.
5. Berdasarkan pada analisis data yang telah dilakukan, secara garis besar kepuasan pelanggan terhadap kualitas produk, harga dan pemulihan layanan sudah cukup baik, namun perusahaan yang bergerak dibidang marketplace pengadaan barang dan jasa harus mewarkan banyak varian agar lebih



mendorong pelanggan untuk lebih memiliki variasi dalam berbelanja. Perusahaan juga harus meningkatkan kualitas produk, harga, dan pemulihan layanan guna menjaga keseimbangan antara pelanggan dan penyedia *marketplace*.

