

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Dari hasil analisis dan pembahasan penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. *System quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived value* konsumen Shopee di Kota Padang. *System quality* memberikan pengaruh yang besar terhadap nilai yang dirasakan oleh konsumen dalam arti peningkatan kualitas sistem pada sebuah website *e-commerce* mampu meningkatkan nilai yang dirasakan oleh konsumen kepada website *e-commerce*. Konsumen akan merasakan kenyamanan saat berbelanja pada sebuah brand *e-commerce* apabila website belanja tersebut didukung oleh sistem yang baik, mulai dari fungsi operasi yang disediakan, kecepatan mengunduh foto atau video dan juga kemudahan dalam mengakses toko online tersebut.
2. *Information quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived value*. Kualitas informasi yang disediakan oleh website *e-commerce* mampu mempengaruhi nilai yang dirasakan oleh konsumen. Disaat konsumen memperoleh informasi produk yang lengkap pada website belanja, konsumen akan lebih siap dan yakin untuk melakukan transaksi pada website tersebut.
3. *E-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived value* konsumen Shopee di Kota Padang. Semakin tinggi kualitas pelayanan elektronik sebuah website *e-commerce*, maka akan meningkatkan nilai yang

dirasakan oleh konsumen website tersebut. Kualitas pelayanan dapat dinilai mulai sebelum transaksi hingga setelah melakukan transaksi belanja online. Pemenuhan (*fulfillment*) merupakan dimensi yang paling besar pengaruhnya terhadap *e-service quality*, konsumen akan merasakan kualitas pelayanan yang baik apabila website e-commerce mampu memenuhi pesanan konsumen sesuai dengan waktu yang telah dijanjikan.

4. *Perceived value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *online loyalty* konsumen Shopee di Kota Padang. Konsumen akan loyal pada website *e-commerce* apabila website mampu memberikan nilai yang terbaik bagi konsumennya. Sehingga meningkatkan nilai yang dirasakan oleh konsumen merupakan hal penting yang harus dilakukan apabila ingin mendapatkan konsumen yang loyal terhadap website belanja, karena biaya untuk mempertahankan pelanggan lebih murah dibandingkan untuk mendapatkan pelanggan baru.

## 1.2 Implikasi Penelitian

Hasil dari penelitian ini memiliki beberapa implikasi bagi pelaku usaha *e-commerce* untuk meningkatkan loyalitas konsumen terhadap website e-commerce yang dimiliki terutama generasi milenial atau generasi Y. Data penelitian ini didominasi oleh generasi milenial sehingga implikasinya akan lebih banyak ditujukan untuk konsumen generasi muda yang suka berbelanja online pada website e-commerce. Penelitian ini menemukan bahwa untuk meningkatkan nilai yang dirasakan konsumen pada website belanja dapat dilakukan dengan

meningkatkan kualitas sistem website, kualitas informasi website dan juga meningkatkan kualitas pelayanan elektronik.

Kualitas sistem yang dimiliki oleh Shopee telah memiliki standar yang baik seperti e-commerce lainnya yang berkembang di Indonesia, namun harus tetap dilakukan upgrade system berkala agar tidak ketinggalan dengan e-commerce competitor. Website Shopee mudah digunakan dan sistem navigasi atau petunjuk pencarian juga mudah, ini menjadi nilai tambah bagi Shopee, apabila memiliki konsumen baru yang belum pernah berbelanja di Shopee sebelumnya, sehingga pengalaman pertama berbelanja online mereka mendapatkan kesan yang bagus. Namun jika kita telaah lebih lanjut ternyata website Shopee masih memiliki kendala dalam kecepatan mengunduh gambar atau video produk, seperti yang ditekankan pada bagian awal implikasi ini lebih cenderung berguna untuk menysasar konsumen generasi milenial yang merupakan generasi yang lebih selektif, praktis dan cepat. Sehingga untuk kedepannya, website Shopee atau pelaku e-commerce lainnya terus berbenah dengan kecepatan waktu akses foto atau video produk yang merupakan jendela awal bagi calon konsumen untuk menilai produk yang ditawarkan. Ketersedian fungsi operasi yang dapat diandalkan juga menjadi modal awal bagi pelaku *e-commerce* untuk menarik pelanggan, tentunya fungsi operasi yang mudah dipahami akan membantu pengguna untuk memenuhi kebutuhan belanjanya.

Dari sisi kualitas informasi, sebuah website belanja harus mampu memberikan informasi yang jelas terkait produk dan layanan yang disediakan. Generasi milenial merupakan generasi yang tumbuh dengan perkembangan

teknologi yang semakin canggih, generasi ini dapat mengakses informasi dengan mudah dan kemudian membandingkannya. Dalam bisnis *e-commerce*, semua informasi mengenai produk dan layanan harus tersedia lengkap, tepat, aman, mudah dimengerti dan terbaru. Dari hasil penelitian ini diperoleh bahwa konsumen menilai website Shopee memiliki ketepatan dan keamanan informasi yang rendah, ini disebabkan ketika konsumen memasukkan keyword pada kotak pencarian, tidak semua hasil menunjukkan sesuai dengan keyword yang dituliskan dan juga semua informasi yang ada pada website Shopee belum mampu dikontrol seutuhnya oleh pengelola, karena sumber informasi tidak hanya dari pengelola website saja, tetapi juga berasal dari penjual seperti karakteristik produk. Salah satu upaya yang dapat dilakukan yaitu melakukan verifikasi ulang dan menetapkan standar informasi yang harus dimiliki oleh penjual pada website Shopee tersebut. Namun salah satu bagian informasi yang perlu diapresiasi untuk website Shopee adalah telah tersedianya fitur untuk memfilter pencarian konsumen, sehingga konsumen diberikan kemudahan untuk mencari produk sesuai dengan kebutuhannya.

Kualitas pelayanan elektronik yang disediakan oleh Shopee saat ini masih memiliki beberapa kekurangan yang perlu untuk diperbaiki dimasa yang akan datang, agar konsumen lebih percaya dan yakin berbelanja di Shopee. Dari keamanan transaksi yang dilakukan oleh konsumen dan penjual, Shopee sebaiknya melakukan penilaian terhadap semua penjual yang ada, penjual yang berbuat kecurangan atau penipuan terhadap konsumen harus dikeluarkan dari Shopee. Penilaian juga dapat dilihat dari penilaian konsumen terhadap penjual,

seperti halnya yang dilakukan oleh pihak GoJek terhadap *drivernya*, ketika konsumen memberikan penilaian bintang 1 (tertinggi 5) maka secara otomatis sistem akan memberikan sanksi terhadap *driver* tersebut berupa tidak bisa menerima orderan pelanggan atau yang lebih berat dikeluarkan dari GoJek. Shopee sebaiknya melakukan hal yang sama seperti GoJek, lebih mengutamakan kepuasan pelanggan dalam bertansaksi, sehingga kedepan Shopee memiliki citra yang baik dimata konsumen.

Berhubungan dengan data konsumen yang disimpan oleh pihak Shopee terutama data pribadi dan data perbankan, sebaiknya pihak Shopee melakukan *upgrade* terhadap sistem keamanan yang dimiliki agar tidak mudah di *hack* oleh orang lain. Untuk beberapa perbankan nasional saat ini telah memiliki sistem keamanan yang baik seperti adanya tahapan konfirmasi *password* atau PIN setiap kali melakukan transaksi. Dalam proses pemenuhan pesanan, kendala yang terjadi yaitu pesanan tidak datang tepat waktu, namun pihak Shopee tidak memberikan kompensasi atas keterlambatan yang ditimbulkannya. Selama ini pihak Shopee bekerja sama dengan jasa pengiriman barang yaitu JNE dan J&T, berbeda dengan Lazada yang telah memiliki jasa pengiriman barang sendiri yaitu Lazada Express. Apabila Shopee memiliki jasa pengiriman barang sendiri, kemungkinan besar tidak akan terjadi permasalahan keterlambatan pesanan sampai ke konsumen.

Kualitas pelayanan elektronik yang dimiliki oleh Shopee memberikan pilihan kepada konsumen untuk pengembalian produk apabila produk yang diterima tidak sesuai dengan pesanan dan juga apabila terjadi kerusakan pada produk. Pada deskripsi produk yang disediakan oleh penjual terdapat informasi apakah produk

yang dipesan memiliki garansi dan dapat ditukarkan kembali atau tidak, sehingga konsumen harus cermat memahami informasi yang disediakan. Sebelum melakukan transaksi sebaiknya bertanya dulu ke penjual melalui fitur *chat* penjual yang disediakan. Ada penjual yang memberikan jaminan, apabila produk yang diterima tidak cocok maka konsumen dapat menukarkan kembali dengan produk yang sesuai.

Generasi Y atau generasi milenial secara umum melakukan belanja online dengan pemikiran yang rasional dengan mempertimbangkan harga, kualitas produk dan juga manfaat dari produk tersebut. Shopee memposisikan diri sebagai *e-commerce* yang menjual produk dengan harga terjangkau dan memberikan potongan atau diskon biaya pengiriman. Agar tetap menjadi *e-commerce* favorit anak muda terutama diluar Pulau Jawa, Shopee harus mempertahankan posisinya sebagai *e-commerce* yang terjangkau.

### 5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu perlu dikembangkan lagi oleh peneliti selanjutnya. Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini yang dapat mempengaruhi hasil penelitian adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini hanya menganalisis aspek *system quality*, *information quality*, *e-service quality*, *perceived value* dan *online loyalty*.
2. Objek dan sampel penelitian terbatas pada konsumen Shopee di Kota Padang, sehingga hasil penelitian tidak berlaku secara langsung pada kota lain.
3. Penelitian ini dilakukan menggunakan data kuesioner saja, sebaiknya juga dilakukan dengan metode wawancara sehingga hasilnya lebih baik.

#### 5.4 Saran Penelitian

Saran peneliti untuk penelitian selanjutnya yang didasarkan pada keterbatasan pelaksanaan dan hasil yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini menganalisis faktor *system quality*, *information quality*, *e-service quality*, *perceived value* dan *online loyalty*. Untuk kedepan disarankan menambahkan variabel penelitian lain yang berpengaruh terhadap kesetiaan konsumen pada website.
2. Ruang lingkup penelitian hendaknya dilakukan kepada konsumen Shopee di seluruh Indonesia dan tidak terbatas hanya di Kota Padang saja, agar hasil penelitian dapat berlaku secara global.
3. Menambahkan metode pengumpulan data dengan melakukan wawancara langsung kepada responden agar memperoleh data yang lebih akurat.
4. Disarankan pada penelitian selanjutnya menggunakan variabel lainnya seperti *customer satisfaction* dalam melihat kesetiaan konsumen terhadap website *e-commerce*.

