

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *E-Service Quality* dan Customer Experience terhadap E-Customer Loyalty dengan E-Customer Satisfaction sebagai Variabel Mediasi Pada Pengguna Shopee (Studi pada Gen Z di Kota Padang). Penelitian ini menggunakan dua variabel dependen yaitu *e-service quality* dan *customer experience*, satu variabel independen yaitu *e-customer loyalty*, dan satu variabel mediasi yaitu *e-customer satisfaction*. Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner dan dianalisis menggunakan pendekatan kuantitatif. Kemudian data tersebut diolah dengan menggunakan *software* SmartPLS 4. Berdasarkan hasil pengolahan data dan pembahasan yang telah diperoleh beberapa temuan yang menjadi dasar dalam penarikan kesimpulan penelitian ini sebagai berikut:

1. Pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa *e-service quality* berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap *e-customer loyalty* pada pengguna Shopee Gen Z di Kota Padang. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun Shopee sudah memiliki kualitas layanan elektronik yang baik belum tentu mampu meningkatkan loyalitas pelanggan secara langsung.
2. Pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa *customer experience* berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap *e-customer loyalty* pada pengguna Shopee Gen Z di Kota Padang. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna yang memperoleh pengalaman berbelanja yang positif saat menggunakan Shopee belum tentu mampu mendorong terbentuknya loyalitas mereka secara langsung.
3. Pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa *e-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-customer satisfaction* pada pengguna Shopee Gen Z di Kota Padang. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna yang merasakan kualitas layanan elektronik yang baik dari Shopee akan memiliki tingkat kepuasan yang lebih tinggi dalam menggunakan platform tersebut.

4. Pengujian hipotesis keempat menunjukkan bahwa *customer experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-customer satisfaction* pada pengguna Shopee Gen Z di Kota Padang. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna yang memperoleh pengalaman berbelanja yang positif saat menggunakan Shopee akan memiliki tingkat kepuasan yang lebih tinggi terhadap platform tersebut.
5. Pengujian hipotesis kelima menunjukkan bahwa *e-customer satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-customer loyalty* pada pengguna Shopee Gen Z di Kota Padang. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna yang memiliki tingkat kepuasan yang tinggi terhadap layanan Shopee cenderung menunjukkan loyalitas yang lebih tinggi pula.
6. Pengujian hipotesis keenam menunjukkan bahwa *e-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-customer loyalty* dengan *e-customer satisfaction* sebagai variable mediasi pada pengguna Shopee Gen Z di Kota Padang. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas layanan elektronik yang diberikan oleh Shopee, maka semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan pengguna, yang pada akhirnya akan meningkatkan loyalitas mereka dalam menggunakan Shopee.
7. Pengujian hipotesis ketujuh menunjukkan bahwa *customer experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-customer loyalty* dengan *e-customer satisfaction* sebagai variable mediasi pada pengguna Shopee Gen Z di Kota Padang. Hal ini menunjukkan bahwa semakin positif pengalaman yang dirasakan oleh pengguna Shopee, maka akan meningkatkan kepuasan mereka, dan pada akhirnya akan meningkatkan juga loyalitas mereka dalam menggunakan Shopee.

5.2 Implikasi Penelitian

Temuan penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, terutama Shopee dan dapat digunakan sebagai sumber informasi dalam proses evaluasi dan pengambilan keputusan. Temuan penelitian diharapkan mampu membantu

perusahaan dalam merancang strategi pemasaran yang lebih tepat untuk meningkatkan daya saing dan pengembangan bisnis pada masa yang akan datang. Berikut merupakan implikasi penelitian yang disusun berdasarkan hasil temuan indikator dengan rata-rata terendah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil temuan indikator variabel *e-service quality*, indikator dengan rata-rata terendah yaitu “Saya merasa Shopee dapat beroperasi tanpa gangguan saat digunakan”. Oleh karena itu, Shopee perlu meningkatkan kualitas layanan elektronik pada aspek yang paling sering menjadi perhatian pengguna. Beberapa cara yang dapat dilakukan Shopee antara lain dengan meningkatkan stabilitas dan performa aplikasi melalui pemeliharaan sistem secara berkala sehingga gangguan pada aplikasi bisa diminimalkan, memperkuat kapasitas server terutama pada periode dengan tingkat transaksi yang tinggi, melakukan pengujian aplikasi secara lebih intensif sebelum pembaruan fitur diluncurkan, serta mempercepat proses deteksi dan penanganan gangguan teknis secara *real-time*. Dengan demikian, kualitas layanan yang diberikan tidak hanya dinilai baik oleh pengguna, tetapi juga mampu menciptakan alasan yang lebih kuat bagi pelanggan untuk tetap menggunakan Shopee dibandingkan platform pesaing.
2. Berdasarkan hasil temuan indikator variabel *customer experience*, indikator dengan rata-rata terendah ialah “Saya merasa Shopee memiliki kecepatan akses halaman (*loading*) yang baik”. Berkaitan dengan hal ini, Shopee sebaiknya selalu memperhatikan penggunaannya sehingga mereka dapat menikmati setiap proses bertransaksi, terutama perihal kecepatan akses halaman yang baik. Karena, perasaan pengguna mengenai pengalaman yang mereka dapatkan akan mempengaruhi tindakan mereka kedepannya. Oleh sebab itu, Shopee perlu meningkatkan kualitas pengalaman pengguna terutama pada aspek kecepatan dan kenyamanan penggunaan aplikasi yang dapat dilakukan dengan cara mengoptimalkan performa aplikasi agar proses *loading* halaman menjadi lebih cepat dan stabil pada berbagai jenis perangkat maupun kondisi jaringan

internet. Peningkatan pengalaman pengguna juga dapat dilakukan melalui pemantauan performa aplikasi secara berkala dan juga pengurangan *bug* yang mengganggu aktivitas berbelanja. Selain itu, Shopee juga bisa terus berinovasi melalui pelayanan yang diberikan. Melalui pengalaman berbelanja yang lebih nyaman, pengguna akan memiliki kecenderungan yang lebih besar untuk terus menggunakan Shopee dalam jangka panjang.

3. Berdasarkan hasil temuan indikator variabel *e-customer satisfaction*, indikator dengan rata-rata terendah ialah “Saya merasa tampilan Shopee menarik”. Temuan ini menunjukkan bahwa aspek desain aplikasi Shopee masih perlu mendapat perhatian untuk meningkatkan kepuasan pengguna. Oleh karena itu, Shopee perlu melakukan pengembangan pada tampilan aplikasi agar lebih menarik dan modern. Beberapa upaya yang dapat dilakukan antara lain dengan memastikan tampilan pada aplikasi memiliki desain yang seragam sehingga pengguna dapat merasa lebih nyaman saat menggunakan aplikasi, menyesuaikan tampilan aplikasi dengan perkembangan kebutuhan dan tren platform *e-commerce* dan juga melakukan evaluasi secara berkala terhadap tampilan aplikasi berdasarkan masukan dan preferensi pengguna untuk mengetahui bagian-bagian yang masih dianggap kurang menarik
4. Berdasarkan hasil temuan indikator variabel *e-customer loyalty*, indikator dengan rata-rata terendah ialah “Saya tidak tertarik untuk beralih ke platform pesaing Shopee”. Hal ini menunjukkan bahwa masih terdapat sebagian pengguna yang memiliki kemungkinan untuk berpindah ke platform *e-commerce* lain. Oleh karena itu, Shopee perlu memperkuat strategi untuk mempertahankan pelanggan dengan memperhatikan keinginan pengguna dan memberikan keunggulan yang sulit ditemukan pada platform pesaing. Selain itu, Shopee juga perlu menjaga kedekatan dengan pengguna melalui komunikasi yang aktif misalnya dengan meminta ulasan setelah selesai transaksi sehingga Shopee dapat lebih cepat mengetahui kebutuhan pengguna. Selain itu, Shopee juga dapat mengoptimalkan program loyalitas pelanggan

dengan memberikan promo dan *voucher* yang lebih relevan dengan kebutuhan, serta menyediakan berbagai keuntungan eksklusif bagi pelanggan yang aktif bertransaksi. Jika pengguna memperoleh manfaat yang lebih besar dari penggunaan Shopee, kecenderungan untuk beralih ke platform pesaing dapat berkurang dan loyalitas pelanggan dapat meningkat.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini jauh dari kata sempurna dan memiliki banyak keterbatasan yang mungkin berdampak pada penelitian ini. Sehingga dengan demikian penelitian ini untuk ke depannya akan memperhatikan batas-batas penelitian ini. Berikut beberapa keterbatasan yang terdapat didalam penelitian ini:

1. Pada peneliti hanya menggunakan dua variabel independen yaitu *e-service quality* dan *customer experience*, 1 variabel dependen yaitu *e-customer loyalty*, dan 1 variabel mediasi yaitu *e-customere satisfaction*.
2. Masih terdapat sejumlah variabel lainnya yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini yang dapat mempengaruhi *e-customer loyalty*.
3. Sampel pada penelitian ini terbatas yaitu hanya 135 sampel.
4. Riset dilakukan hanya pada Gen Z pengguna Shopee di Kota Padang sehingga hal ini dapat menyebabkan perbedaan hasil jika dilakukan pada generasi dan wilayah yang berbeda.

5.4 Saran Penelitian

Merujuk pada pemaparan kesimpulan di atas, peneliti mengajukan beberapa saran yang bisa dijadikan pertimbangan bagian penelitian yang akan dilakukan di masa depan yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mempertimbangkan penambahan variabel moderasi untuk lebih mendalami dan memahami konteks pengaruh bagaimana faktor-faktor seperti usia, lama penggunaan platform *e-commerce*, atau frekuensi transaksi dapat memoderasi hubungan antara *e-service quality*,

customer experience terhadap *e-customer loyalty* yang dimediasi oleh *e-customer satisfaction*.

2. Penelitian selanjutnya diharapkan mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel seperti *E-WOM*, *E-Trust*, atau *repurchase intention* yang dapat memprediksi *e-customer loyalty* dengan lebih baik dan memperkaya analisis hubungan antara variabel-variabel utama dalam penelitian ini sehingga analisis mengenai hubungan antarvariabel dapat dilakukan secara lebih mendalam dan memberikan hasil yang lebih komprehensif.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan cakupan responden dapat diperluas tidak hanya Gen Z saja, sehingga penelitian akan menjadi lebih baik. Dengan demikian sehingga analisis yang dihasilkan akan lebih mendalam.
4. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas cakupan daerah bukan hanya di Kota Padang saja.

