

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Penelitian ini meneliti tentang pengaruh *e-service quality* dan *price* terhadap keputusan pembelian *online* pada produk Shopee. Penelitian ini dilakukan dengan studi lapangan dengan menyebarkan kuesioner kepada 120 orang konsumen yang melakukan pembelian *online* suatu produk di Shopee.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara *e-service quality* terhadap keputusan pembelian *online* pada produk Shopee. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata konsumen Shopee merupakan konsumen yang sangat memperhatikan kualitas layanan situs web yang mudah ditelusuri. Dengan anggapan seperti itu akan muncul rasa ketertarikan saat berbelanja karena akurasi dan kepercayaan yang ditawarkan sehingga membuat konsumen melakukan keputusan pembelian suatu produk.
2. Adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara *price* terhadap keputusan pembelian *online* pada produk Shopee. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian muncul dapat disebabkan dari hasil rangsangan toko yang menawarkan harga yang sesuai dengan kualitas dan kondisi produk yang ditawarkan, sehingga terjadinya keputusan pembelian. Oleh karena itu, semakin baik harga yang ditawarkan oleh suatu toko maka akan semakin tinggi niat konsumen melakukan keputusan pembelian suatu produk.

## 5.2 Implikasi Penelitian

Bagi pihak Shopee, penelitian ini dapat dijadikan salah satu pertimbangan dan sumber informasi untuk bahan evaluasi bahwa dalam menciptakan keputusan pembelian konsumen perlu memperhatikan *e-service quality* dan *price* yang ditawarkan. Dapat dilihat dari hasil penelitian ini, tanggapan responden terhadap variabel *e-service quality* dalam kategori tinggi yang mana mayoritas responden menjawab setuju maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas Mahasiswa S1 Universitas Andalas Fakultas Ekonomi memiliki kepercayaan yang tinggi terhadap Shopee, maka sebaiknya Shopee tetap menjaga kredibilitas perusahaan yang baik dengan beberapa cara yaitu mempertahankan pemberian garansi produk kepada konsumen untuk memastikan produk telah sampai ke tangan konsumen dalam kondisi baik dan fitur “belanjaan saya” yang mana dengan menggunakan fitur ini, konsumen dapat mengetahui keberadaan barang yang sudah dipesan.

Berdasarkan hasil tanggapan responden yang telah diteliti terhadap variabel *price* berada dalam kategori tinggi yang mana mayoritas responden menjawab setuju, hal ini menunjukkan bahwa Mahasiswa S1 Universitas Andalas Fakultas Ekonomi menginginkan *price* yang sesuai terhadap produk yang dijual oleh Shopee. *Price* yang diinginkan konsumen saat berbelanja di Shopee yang paling tinggi adalah harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas dan kondisi produk, dimana konsumen ingin produk yang akan dibelinya dengan harga yang rendah tetapi memiliki kualitas produk yang baik.

### 5.3 Keterbatasan Penelitian

Selama proses penelitian, penulis menyadari bahwa hasil penelitian ini tidak sempurna dan memiliki banyak keterbatasan yang mungkin berpengaruh terhadap hasil yang diinginkan. Oleh karena itu, diharapkan peneliti selanjutnya dapat lebih memperhatikan keterbatasan tersebut untuk penelitian di masa mendatang. Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini adalah :

1. Peneliti hanya menganalisis pengaruh langsung dari dua variabel yaitu e-service quality dan price terhadap keputusan pembelian. Sedangkan masih ada variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian yang belum dibahas dalam penelitian
2. Penelitian ini hanya menggunakan data kuantitatif yang diperoleh dari kuesioner yang diisi oleh responden dengan kriteria yaitu orang yang pernah melakukan pembelian secara online produk Shopee, sehingga data yang diperoleh dalam penelitian ini terbatas.
3. Penelitian ini hanya dilakukan pada Mahasiswa S1 Universitas Andalas Fakultas Ekonomi dalam skala kecil yaitu sebanyak 120 responden yang melakukan pembelian secara online di Shopee.
4. Objek yang diteliti pada penelitian ini hanya salah satu dari perusahaan *e-commerce* yang ada di Indonesia yaitu Shopee.

### 5.4 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, saran bagi akademisi yang akan melakukan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Diharapkan pada penelitian selanjutnya untuk dapat menambahkan variabel yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian yang tidak diteliti dalam penelitian ini,

seperti brand image, brand awareness, customer value dan kemudahan.

2. Diharapkan untuk mengganti sampel atau menambah jumlah sampel yang menjadi responden sehingga hasil penelitian lebih baik lagi.
3. Diharapkan pada penelitian selanjutnya melakukan pengujian pada e- commerce yang berbeda seperti Lazada, Tokopedia, dll.

