

## BAB V

### PENUTUP

Bab ini merupakan ringkasan dari hasil yang telah di paparkan pada beberapa bab sebelumnya. Bab ini berisikan kesimpulan, implikasi penelitian, kendala yang dialami selama melakukan penelitian ini (keterbatasan penelitian) serta saran untuk penelitian selanjutnya. Penelitian ini akan merangkum dan membahas tujuan penelitian, yang mana tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *e-service quality* terhadap *customer satisfaction* dan *customer loyalty*.

#### 5.1 Kesimpulan

Penelitian ini memiliki tiga variabel yang diteliti, variabel *e-service quality*, *customer satisfaction* dan *customer loyalty*. Data dari penelitian ini berupa data primer yang diambil menggunakan kuisisioner yang disebarakan melalui *link* google form kepada 138 responden yang pernah berbelanja di Shopee.

Dari pembahasan serta penjelasan yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, dalam penelitian ini memiliki empat hipotesis. Hasil dari semua hipotesis yang di uji, berupa tiga pernyataan hipotesis diterima, untuk lebih detail berikut penjabarannya:

1. Hasil uji hipotesis pertama merupakan jawaban dari rumusan masalah yang pertama, dimana hasilnya menunjukkan adanya pengaruh antara variabel *e-service quality* dengan variabel *customer satisfaction* secara positif, hal ini berarti responden menilai *e-service quality* yang ditawarkan oleh Shopee memuaskan mereka, banyaknya potongan harga serta gratis ongkos kirim membuat pelanggan berbelanja di Shopee dan mereka puas dengan itu semua.
2. Hasil uji hipotesis kedua merupakan jawaban dari rumusan masalah yang kedua, dimana hasilnya menunjukkan tidak adanya pengaruh antara variabel *e-service quality* dengan variabel *customer loyalty* secara positif, hal ini berarti responden Toko Online Shopee di Kota Padang belum merasakan kualitas pelayanan yang baik dari Toko Online shopee karena pada saat mengalami masalah konsumen belum merasa terbantu.
3. Hasil uji hipotesis ketiga merupakan jawaban dari rumusan masalah yang ketiga, dimana hasilnya menunjukkan adanya pengaruh antara variabel *customer satisfaction* dengan variabel *customer loyalty* secara positif, hal ini berarti responden menilai bahwa mereka merasa puas berbelanja di shopee sehingga mereka ketika ingin berbelanja *online* shopee merupakan *e-commerce* pertama yang mereka pakai.

4. Hasil uji hipotesis keempat merupakan jawaban dari rumusan masalah yang keempat, dimana hasilnya menunjukkan adanya pengaruh antara variabel *e-service quality* dengan variabel *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* secara positif, hal ini berarti *customer satisfaction* memiliki pengaruh penuh dalam menjembatani hubungan *e-service quality* dan *customer loyalty*. Sehingga untuk membentuk *customer satisfaction* harus membentuk *e-service quality* terlebih dahulu.

## 5.2 Implikasi Penelitian

Hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh beberapa pihak, salah satunya pihak Shopee itu sendiri. Bagi pihak Shopee, hasil penelitian ini dapat meningkatkan kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan yang timbul sebelum melakukan pembelian agar konsumen dapat percaya dan berminat melakukan pembelian di Shopee.

Pada saat dilakukan penelitian mengenai *e-service quality* pada Shopee, ditemukan rendahnya responsibilitas Shopee dalam melayani keluhan pelanggan. Hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh pihak Shopee dalam meningkatkan kualitas pelayanan dari keluhan pelanggan dan mempertahankan atau meningkatkan aspek-aspek pelayanan lainnya seperti live-chat shopee, call center dan lainnya.

Pada saat melakukan penelitian mengenai kepuasan pelanggan pada Shopee mendapatkan hasil berupa konsumen belum merasakan pelayanan yang

baik dari shopee seperti yang konsumen harapkan, maka dari itu diharapkan hasil penelitian ini mampu membantu pihak Shopee agar terus meningkatkan kepuasan pelanggan terutama dalam hal pelayanan. Tim *Customer Service* shopee harus bisa dengan cepat membantu keluhan konsumen, pihak shopee mungkin bisa melakukan training dan pembelajaran kepada tim pelayanan konsumen agar mereka dapat menyelesaikan masalah pelanggan dengan baik dan cepat sehingga sesuai dengan harapan konsumen.

Untuk mengurangi resiko penipuan yang diterima pelanggan, pihak shopee bisa lebih mensortir toko-toko yang akan melakukan jual beli di shopee, untuk meningkatkan kepuasan konsumen shopee dapat menyediakan sistem pembayaran *cash on delivery* pada semua toko yang ada di shopee, memberikan tips atau cara agar konsumen dapat melakukan pembelian secara cepat dan aman, serta mengembangkan citra positif bagi kedua belah pihak. Satu diantara banyak cara untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dalam berbelanja *online* adalah pelayanan yang baik.

Pada saat melakukan penelitian mengenai loyalitas responden terhadap shopee, mendapatkan hasil shopee sudah dapat dipercaya konsumen. Namun konsumen belum melakukan transaksi pembelian online sepenuhnya di toko online shopee oleh karena itu, pihak shopee harus melakukan hal-hal yang dapat menarik minat konsumen seperti meningkatkan kreatifitas pemasaran membuat konten online seperti video atau foto yang menarik. Pihak Shopee dapat juga



memberikan kemudahan kepada konsumen dalam proses transaksi. Shopee harus bisa memberikan kepuasan kepada konsumen agar konsumen dapat loyal kepada shopee, karna hal ini akan berdampak kepada masa depan perusahaan shopee sendiri.

### 5.3 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pengalaman penelitian, peneliti menyadari bahwa hasil penelitian ini belum sempurna dan masih banyak keterbatasan yang dapat mempengaruhi hasil yang diharapkan. Maka dari itu, keterbatasan ini diharapkan lebih menarik perhatian untuk penelitian lebih lanjut. Beberapa keterbatasan penelitian ini antara lain:

1. Penelitian ini dilakukan selama pandemic Covid-19 yang mana disegala sektor yang ada di Indonesia terkena dampak, sehingga mengharuskan penulis menyebarkan kusioner secara *online* melalui *google form*, selain itu susahnyanya untuk bertemu responden secara langsung sehingga pandangan mereka terhadap Shopee tidak dapat di deskripsikan secara lengkap.
2. Dalam penelitian ini, data primer yang didapatkan hanya berdasarkan pengumpulan *online* saja, yang mana pengumpulan data dibatasi beberapa kriteria sehingga, dalam penelitian ini memiliki keterbatasan responden.
3. Peneliti hanya menganalisis satu variabel saja (*e- service quality*) yang akan mempengaruhi *customer satisfaction* dan *customer loyalty*, dimana pada untuk variabel *e-service quality* mempengaruhi *customer satisfaction*

mendapatkan hasil, yang kuat (66,7%) sedangkan *e-service quality* mempengaruhi *customer satisfaction* mendapatkan hasil sedang yaitu (57,1%) sehingga adanya faktor lain yang mempengaruhi *customer satisfaction* dan *customer loyalty* yang tidak diteliti oleh peneliti pada penelitian kali ini.

#### 5.4 Saran

Berikut beberapa saran dari peneliti untuk memperbaiki kekurangan dari peneliti dalam penelitian ini:

1. Disarankan untuk peneliti selanjutnya, untuk menambahkan variabel yang kiranya lebih mempengaruhi *customer satisfaction* dan *customer loyalty* yang tidak diteliti di penelitian ini, seperti *product quality innovation*, *service innovation*, *product quality* dan lain – lain.
2. Disarankan untuk peneliti selanjutnya, melakukan penambahan kriteria dalam pengambilan sampel agar data yang didapatkan lebih mendetail dan jelas
3. Disarankan untuk peneliti selanjutnya, untuk dapat mengganti objek yang akan diteliti seperti aplikasi *streaming film* seperti Netflix, WeTv dan lainnya.

