

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan deskripsi dari hasil penelitian yang sudah di uraikan tentang Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Beli Ulang *Gadget* melalui Shopee pada masyarakat Jabodetabek, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kepuasan pelanggan dan kepercayaan pelanggan pada pembelian *gadget* melalui Shopee. Hal ini menyatakan bahwa semakin pelanggan merasa puas maka pelanggan akan semakin percaya.
2. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kepercayaan pelanggan dan minat beli ulang pembelian *gadget* melalui Shopee. Hal ini menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan pelanggan, maka semakin tinggi minat pelanggan tersebut untuk membeli ulang.
3. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kepuasan pelanggan dan minat beli ulang pembelian *gadget* melalui Shopee. Hal ini menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan maka semakin tinggi pulang minat untuk membeli ulang.

B. Implikasi

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan, hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan pelanggan dan kepuasan pelanggan dapat mempengaruhi minat beli ulang pelanggan. Kepuasan pelanggan dan kepercayaan pelanggan juga berpengaruh secara positif dan signifikan. Hasil ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan.

Berdasarkan hasil analisis pengolahan data, masing-masing indikator yang paling berpengaruh dari minat beli ulang, dapat dilihat bahwa indikator paling utama adalah membeli ulang produk dengan preferensi utama atau sama, hal ini menunjukkan bahwa pelanggan lebih memilih Shopee untuk pembelian produk *gadget* berikutnya dibandingkan *marketplace* lainnya. Sedangkan indikator yang kurang berpengaruh yaitu membeli kembali *gadget* di Shopee dalam waktu dekat. Hal ini dikarenakan pelanggan tidak memiliki rencana untuk membeli *gadget* di *Shopee* dalam waktu dekat, hal ini dikarenakan *gadget* merupakan produk yang dibeli oleh pelanggan jika dibutuhkan. Hal ini menunjukkan Shopee harus lebih melakukan strategi lainnya agar pelanggan membeli ulang dalam waktu dekat seperti mengadakan event atau harga diskon.

Selanjutnya, hasil masing-masing indikator yang paling berpengaruh dari kepercayaan pelanggan, dapat dilihat bahwa indikator yang paling utama adalah menjual produk dengan jujur, hal ini membuktikan bahwa pelanggan mempercayai Shopee dikarenakan menjual produk *gadget* dengan jujur. Sedangkan indikator yang kurang berpengaruh

yaitu Shopee menjual *gadget* ori. Hal ini dikarenakan pelanggan kurang mempercayai bahwa Shopee menjual produk *gadget* yang ori atau asli, apalagi barang yang dibeli yaitu *gadget*, jika membeli secara online atau melalui *marketplace* pelanggan tidak bisa memeriksa secara langsung dari spesifikasi produk *gadget* tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa Shopee harus memberikan garansi atau jaminan sebagai bukti bahwa produk *gadget* yang dijual ori.

Selain itu, hasil masing-masing indikator yang paling berpengaruh dari kepuasan pelanggan, dapat dilihat bahwa indikator yang paling utama adalah konfirmasi harapan, hal ini membuktikan bahwa pelanggan di Jabodetabek puas terhadap Shopee dan menyukai Shopee dalam hal membeli produk *gadget*. Sedangkan indikator yang kurang berpengaruh adalah Shopee menjual *gadget* dengan kualitas yang terbaik. Hal ini dikarenakan menurut masyarakat Jabodetabek kualitas yang diberikan Shopee masih kurang dibandingkan *marketplace* lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa harus adanya peningkatan kualitas yang dilakukan Shopee dalam menjual produk *gadget*, agar dalam hal pembelian produk *gadget* Shopee lebih unggul dibandingkan pesaingnya.

C. Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pada pengalaman langsung peneliti yang alami sendiri dalam proses penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan yang di alami peneliti sebagai berikut:

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli ulang produk di *marketplace* pada penelitian ini hanya menggunakan dua variabel yaitu kepercayaan dan kepuasan pelanggan. Terdapat variabel-variabel lainnya yang dapat mempengaruhi minat beli ulang.
2. Pada penelitian ini berlangsung bersamaan terdapat adanya virus *Covid-19*, sehingga penelitian ini menyebarkan kuesioner hanya menggunakan secara *online* atau daring menggunakan link dari *google form*.

D. Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan, maka terdapat saran kepada pihak-pihak terkait, sebagai berikut:

1. Bagi Marketplace Shopee

- a. Shopee lebih meningkatkan lagi strategi pemasarannya dalam menjual produk *gadget* seperti memberikan promosi, diskon, event dan lain sebagainya. Sehingga pelanggan memiliki minat untuk membeli ulang produk *gadget* dalam waktu tertentu dan pembeli *gadget* di Shopee dapat meningkat.
- b. Shopee lebih meningkatkan terhadap keaslian dari produk *gadget*, seperti memberikan jaminan atau garansi kepada pelanggan yang membeli produk *gadget*. Hal ini dapat membuat pelanggan lebih

mempercayai *Shopee* dibandingkan dengan *marketplace* lainnya dan juga dapat membuat pelanggan berminat membeli ulang produk *gadget* di *Shopee* lagi.

- c. *Shopee* lebih meningkatkan kualitas layanannya, agar *Shopee* menjadi *marketplace* yang paling berkualitas dibandingkan *marketplace* lainnya dalam hal pembelian produk *gadget*. Terutama meningkatkan kualitas dalam hal yang dapat mempengaruhi kepercayaan dan minat beli ulang pelanggan.
- d. *Shopee* harus meningkatkan faktor kepercayaan dan kepuasan pelanggan agar minat beli ulang dalam pembelian produk *gadget* di *Shopee* dapat meningkat dibandingkan *marketplace* lainnya.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

- a. Pada penelitian ini hanya menggunakan dua variabel bebas yaitu kepercayaan dan kepuasan pelanggan *Shopee*, sehingga pada penelitian selanjutnya direkomendasikan dapat menambah variabel bebas lainnya dimana variabel tersebut merupakan faktor dalam minat beli ulang, seperti *Celebrity Endorser*, *Brand Awareness*, *Ease of Use*, *Brand Image*, *Word of Mouth*, dan lainnya.
- b. Pada penelitian ini menggunakan objek penelitian yaitu produk *gadget* di *Shopee*, sehingga pada penelitian selanjutnya direkomendasikan tetap menggunakan variabel penelitian ini tetapi menggunakan objek penelitian selain produk *gadget* di *Shopee*

seperti produk *fashion* di Shopee, *gadget* di Tokopedia, *gadget* di Bukalapak dan lainnya.

- c. Pada penelitian ini pemilihan populasi hanya di Jabodetabek dengan teknik pengambilan sampel yaitu *purposive sampling*, sehingga pada penelitian selanjutnya direkomendasikan untuk lebih dijangkau lagi populasinya seperti masyarakat di Jakarta saja.
- d. Penelitian ini dapat dilanjutkan kembali dengan menggunakan lebih dari 200 responden, agar memiliki tanggapan yang lebih berbeda.

