

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan deskripsi dari hasil penelitiannya yang sudah di uraikan terkait Pengaruh Kualitas Layanan serta Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Beli Ulang Pada Aplikasi Belanja Online Tokopedia pada masyarakat Jabodetabek, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Ada pengaruhnya yang positif serta signifikan antara kualitas dan rasa puas konsumen terhadap pembelian melalui Tokopedia. Hal ini menyatakan yaitu makin bagus kualitas layanan maka pelanggan akan semakin merasa puas .
2. Ada pengaruhnya yang positif serta signifikan antara rasa puas konsumennya dan minat beli ulang pembelian melalui Tokopedia. Hal ini menyatakan yaitu makin besar tingkat rasa puas konsumen maka semakin tinggi pula minat untuk membeli ulang.
3. Ada pengaruhnya yang positif serta signifikan diantara kualitas layanan dan minat beli ulang pembelian melalui Tokopedia. Hal tersebut menyatakan yaitu makin besar tingkatan kualitas layanannya berarti makin besar keminatan konsumen melakukan pembelian kembali.

## B. Implikasi

Mengacu pada kesimpulannya tersebut, hasilnya dari penelitian berikut menandakan yaitu kualitas layanan serta kepuasan pelanggan dapat mempengaruhi minat beli ulang pelanggan. Kualitas layanan serta rasa puas konsumen pun memiliki pengaruhnya yang positif serta signifikan. Hasilnya tersebut selaras terhadap pengajuan hipotesisnya.

Mengacu pada hasil analisisnya dari olah data, masing-masing indikator yang paling berpengaruh dari minat beli ulang, dapat dilihat bahwa indikator paling utama adalah Saya akan membeli lebih banyak Kembali di Tokopedia pada masa mendatang, hal tersebut menandakan yaitu pelanggan lebih memilih Tokopedia untuk melakukan pembelian yang akan datang. Sedangkan indikator yang kurang berpengaruh yaitu Saya akan membeli Kembali produk di Tokopedia secara berkelanjutan. Hal ini dikarenakan pelanggan tidak memiliki rencana untuk membeli Tokopedia secara terus menerus, hal ini dikarenakan kondisi ekonomi seseorang tidak semua baik mereka membeli apa yang dibutuhkan. Hal ini menunjukkan Tokopedia harus lebih melakukan strategi lainnya agar pelanggan membeli secara berkelanjutan seperti mengadakan event atau harga diskon.

Selanjutnya, hasil masing-masing indikator yang paling berpengaruh dari kualitas layanan, dapat dilihat bahwa indikator yang paling utama adalah Saya merasa aman bertransaksi di Tokopedia, hal ini membuktikan bahwa kualitas layanan Tokopedia dikarenakan menjaga identitas konsumennya. Sedangkan indikator yang kurang berpengaruh yaitu Tokopedia memiliki layanan

pelanggan yang tersedia secara online. Hal ini dikarenakan jika ada terjadi masalah sesuatu dalam pembelian di Tokopedia untuk melakukan komplek customer service kurang memberikan penjelasan apa yang harus dilakukan dan lambat nya respond dari customer service. Hal ini menunjukkan bahwa Tokopedia harus memberikan metode customer service yang lebih baik lagi untuk kedepannya untuk menyelesaikan masalah yang ada.

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

### **C. Keterbatasan Penelitian**

Mengacu terhadap pengalamannya langsung dari peneliti yang alami sendiri pada tahapan penelitiannya terdapat beragam keterbatasannya yang di alami peneliti, antara lain:

1. Faktor-faktor yang membawa pengaruhnya terhadap minat beli ulang

produk di *marketplace* di penelitian ini hanya menggunakan dua variabel yaitu kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Terdapat variabel-variabel lainnya yang bisa membawa pengaruhnya pada keminatan melakukan pembelian kembali.

2. Di 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**

Mengacu pada hasil penelitiannya tersebut serta kesimpulannya, sehingga terdapat saran pada beberapa pihak yang berkaitan, yakni:

1. Bagi Marketplace Tokopedia

Tokopedia lebih meningkatkan lagi strategi pemasarannya dalam menjual produk seperti memberikan promosi, diskon, event dan lain sebagainya. Sehingga pelanggan memiliki minat untuk membeli ulang produk dalam waktu tertentu dan pembeli di Tokopedia dapat meningkat.

Tokopedia lebih meningkatkan terhadap keaslian dari produk, seperti memberikan jaminan atau garansi kepada pelanggan yang membeli produk. Hal ini dapat membuat pelanggan lebih mempercayai Tokopedia dibandingkan dengan *marketplace* lainnya dan juga dapat membuat pelanggan berminat membeli ulang produk di

Tokopedia lagi.

Tokopedia lebih meningkatkan kualitas layanannya, agar Tokopedia menjadi *marketplace* yang paling berkualitas dibandingkan *marketplace* lainnya dalam hal pembelian produk. Terutama meningkatkan kualitas dalam hal yang dapat mempengaruhi kepuasan dan minat beli ulang pelanggan.

Tokopedia harus meningkatkan faktor kualitas dan kepuasan pelanggan agar minat beli ulang dalam pembelian produk di Tokopedia dapat meningkat dibandingkan *marketplace* lainnya.

## 2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Di penelitiannya ini hanya menggunakan satu variabel bebas yaitu kualitas layanan dan satu variable intervening rasa puas konsumen Tokopedia, maka di penelitiannya yang berikutnya di rekomendasikan mampu menambahkan variabel bebas lainnya dimana variabel tersebut merupakan faktor dalam minat beli ulang, seperti *Celebrity Endorser*, *Trust*, *Brand Awareness*, *Ease of Use*, *Brand Image*, *Word of Mouth*, dan lainnya.

Pada penelitian ini menggunakan objek penelitian yaitu produk di Tokopedia, sehingga pada penelitian selanjutnya direkomendasikan tetap menggunakan variabel penelitian ini tetapi menggunakan berbagai objek penelitian produk di Tokopedia. seperti produk *fashion* di Shopee, *gadget* di Lazada, *gadget* di Bukalapak dan lainnya.

Di penelitian berikut, penentuan populasinya hanya yang berada di Jabodetabek dengan sampel diambil melalui teknik *purposive sampling*, maka di penelitiannya yang berikutnya di rekomendasikan supaya lebih dijangkau lagi populasinya seperti masyarakat di Jakarta saja. Penelitian ini dapat dilanjutkan kembali dengan menggunakan lebih dari 200 responden, agar memiliki tanggapannya yang lebih berbeda-beda.

