

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai “Pengaruh *Service Quality* dan *Product Quality* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* pada Pengguna *E-Commerce* di Jabodetabek”, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Terdapat pengaruh yang signifikan antara *service quality* dan *customer satisfaction*. Hipotesis pertama **diterima**.
2. Terdapat pengaruh yang signifikan antara *product quality* dan *customer satisfaction*. Hipotesis kedua **diterima**.
3. Terdapat pengaruh yang signifikan antara *customer satisfaction* dan *customer loyalty*. Hipotesis ketiga **diterima**.
4. Terdapat pengaruh yang signifikan antara *service quality* dan *customer loyalty*. Hipotesis keempat **diterima**.
5. Terdapat pengaruh yang signifikan antara *product quality* dan *customer loyalty*. Hipotesis kelima **diterima**.
6. Terdapat pengaruh yang signifikan antara *service quality* dan *customer loyalty* melalui *customer satisfaction*. Hipotesis keenam **diterima**.
7. Terdapat pengaruh yang signifikan antara *product quality* dan *customer loyalty* melalui *customer satisfaction*. Hipotesis ketujuh **diterima**.

5.2 Implikasi

5.2.1 Implikasi Teoritis

Penelitian selanjutnya dapat dikembangkan beberapa variabel yang bervariasi lagi untuk meneliti *e-commerce* Shopee. Variabel yang direkomendasikan Peneliti yaitu *customer trust*, *brand image*, dan *e-WOM* seperti yang dilakukan oleh Marakanon dan Panjakajornsak (2017), Islam et al. (2021), Aulia (2021), Yulia dan Ekawati (2021), Isa dan Riyadi (2018), dan Wandoko et al. (2020). Dengan demikian akan membantu studi atau pengetahuan mengenai *e-commerce* Shopee dan dapat berguna bagi *e-commerce* Shopee untuk dapat memberikan layanan yang lebih baik sehingga membuat pelanggan merasa puas menggunakan *e-commerce* Shopee dan memberikan loyalitasnya lebih besar lagi.

5.2.2 Implikasi Praktis

E-commerce Shopee dapat meningkatkan pembelian dengan membuat konsumen memiliki perilaku yang loyal. Oleh karena itu *e-commerce* Shopee dapat menganalisis aspek apa saja yang dapat memengaruhi *customer loyalty*. Aspek-aspek yang memiliki pengaruh terhadap *customer loyalty* diantaranya:

1. *Service Quality*

Pada variabel *service quality*, pernyataan "Pihak Shopee tahu apa saja yang konsumen mereka butuhkan" memiliki nilai rata-rata tertinggi sebesar 5.23%. Pihak Shopee harus mempertahankan pernyataan indikator tersebut agar konsumen dapat mempertahankan loyalitasnya. Selain itu, pihak Shopee harus memperhatikan pernyataan indikator dengan nilai rata-rata terendah 4.96% seperti "Ketika konsumen memiliki masalah, Shopee memberikan layanan yang memadai untuk menyelesaikannya". Hal ini membuktikan bahwa Shopee belum maksimal dalam memberikan layanan yang memadai ketika konsumen memiliki masalah. Dengan demikian dapat mengakibatkan konsumen merasa kurang puas dengan *service quality* yang diberikan Shopee.

2. *Product Quality*

Pada variabel *product quality*, pernyataan "Shopee sering menawarkan produk baru" memiliki nilai rata-rata tertinggi sebesar 5.25%. Pihak Shopee harus mempertahankan pernyataan indikator tersebut, karena dengan menawarkan produk baru lebih sering konsumen akan merasa puas dan dapat mempertahankan loyalitasnya. Selain itu, pihak Shopee harus memperhatikan pernyataan indikator dengan nilai rata-rata terendah 5.09% seperti "Shopee menjual produk yang memenuhi kebutuhan Saya". Hal ini membuktikan bahwa Shopee belum maksimal dalam menjual produk yang memenuhi kebutuhan konsumennya. Oleh karena itu, dapat mengakibatkan konsumen merasa kurang terpenuhi kebutuhannya dengan *peoduct quality* yang diberikan Shopee.

3. *Customer Satisfaction*

Pernyataan "Saya puas dengan kecepatan pengiriman layanan Shopee" memiliki nilai rata-rata tertinggi 5.25%. Pihak Shopee harus mempertahankan pernyataan indikator tersebut, karena dengan kecepatan pengiriman layanan Shopee yang dirasakan konsumen memuaskan maka konsumen akan mempertahankan loyalitasnya. Selain itu, pihak Shopee harus memperhatikan pernyataan indikator dengan nilai rata-rata terendah 5.10% seperti "Saya puas dengan cara tim Shopee menangani pertanyaan dan keluhan konsumen". Hal ini membuktikan bahwa Shopee belum maksimal dalam menangani pertanyaan dan keluhan konsumen. Dengan demikian dapat mengakibatkan konsumen merasa kurang puas dengan cara kerja tim Shopee.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari bahwa dalam penelitian ini masih belum sempurna karena masih ada keterbatasan dan kekurangan. Berikut keterbatasan dan kekurangan yang terdapat dalam penelitian ini:

1. Terdapat keterbatasan dalam metode pengumpulan data yang digunakan Peneliti yakni kuesioner. Hal ini disebabkan oleh tanggapan responden tidak secara akurat mencerminkan situasi yang sebenarnya.

2. Kuesioner tidak diisi dengan teliti oleh responden. Hal ini disebabkan masih ada responden yang mengisi *screening* atau kriteria responden yang tidak sesuai. Dengan demikian tidak bisa digunakan dalam penelitian.
3. Penelitian yang dilakukan tidak maksimal karena keterbatasan waktu, tenaga, dan finansial.

5.4 Rekomendasi bagi Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan yang sudah Peneliti paparkan, maka Peneliti dapat memberikan beberapa rekomendasi bagi perusahaan *e-commerce* Shopee dan penelitian selanjutnya, sebagai berikut.

1. Bagi Perusahaan Shopee

E-commerce Shopee dapat meningkatkan pembelian dengan membuat konsumen memiliki perilaku yang loyal. Oleh karena itu *e-commerce* Shopee dapat menganalisis aspek apa saja yang dapat memengaruhi *customer loyalty* dengan memperhatikan kekurangan yang terdapat pada aspek tersebut. Aspek-aspek yang memiliki pengaruh terhadap *customer loyalty* diantaranya:

- a. *Service Quality*

Berdasarkan pernyataan indikator yang memiliki nilai terendah seperti "Ketika konsumen memiliki masalah, Shopee memberikan layanan yang memadai untuk menyelesaikannya", Peneliti merekomendasikan untuk pihak Shopee seharusnya memberikan respon yang cepat tanggap terhadap permasalahan yang konsumen hadapi. Serta perbaikan sistem seperti tersedianya *call centre* yang tersedia 24 jam untuk menangani permasalahan konsumen.

- b. *Product Quality*

Berdasarkan pernyataan indikator yang memiliki nilai terendah seperti "Shopee menjual produk yang memenuhi kebutuhan Saya", Peneliti merekomendasikan pihak Shopee untuk lebih teliti dalam mengkaji seller yang ingin berjualan agar produknya sesuai dengan yang

ditampilkan. Sehingga konsumen merasa kebutuhannya terpenuhi dalam membeli suatu produk.

c. *Customer Satisfaction*

Berdasarkan pernyataan indikator yang memiliki nilai terendah seperti "Saya puas dengan cara tim Shopee menangani pertanyaan dan keluhan konsumen", Peneliti merekomendasikan agar pihak Shopee lebih mengoptimalkan sarana yang berguna untuk layanan pengaduan dan menambah pertanyaan-pertanyaan yang lebih relevan dengan permasalahan konsumen.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Sesuai dengan hasil penelitian mengenai *customer loyalty* dapat digunakan sebagai referensi dan sebagai bahan pertimbangan untuk memperdalam penelitian selanjutnya. Penelitian ini hanya terdapat empat variabel yang diuji. Variabel tersebut yaitu *customer loyalty*, *service quality*, *product quality*, dan *customer satisfaction* pada pengguna *e-commerce* di Jabodetabek, dengan demikian pada penelitian selanjutnya disarankan untuk dapat menambah atau memvariasikan dengan variabel lainnya. Variabel *customer trust* dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya. Marakanon dan Panjakajornsak (Marakanon & Panjakajornsak, 2017) dan Islam et al. (Islam et al., 2021) menerangkan bahwa *customer loyalty* dapat dipengaruhi oleh *customer trust*. Selain *customer trust*, juga dapat menggunakan variabel *brand image*. Aulia (Aulia, 2021) dan Yulia dan Ekawati (Yulia & Ekawati, 2021) menerangkan bahwa *customer loyalty* dapat dipengaruhi oleh *brand image*. Dan penelitian selanjutnya dapat menggunakan variabel e-WOM. Isa dan Riyadi (Isa & Riyadi, 2018) dan Wandoko et al. (Wandoko et al., 2020) menerangkan bahwa *customer loyalty* dapat dipengaruhi oleh e-WOM. Karena pada penelitian ini belum mencakup variabel tersebut.