

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini menganalisis kepuasan pelanggan Tokopedia di wilayah Jakarta. Dalam mengukur kepuasan pelanggan penelitian ini menggunakan teknik analisis faktor EFA atau *Expolatory Factor Analysis*. Oleh sebab itu, dalam penelitian ini telah menemukan tiga faktor pembentuk kepuasan pelanggan Tokopedia, tiga faktor tersebut dinamakan sebagai berikut:

1. Keandalan dan keamanan: Faktor ini terbentuk didominasi dengan item indikator *privacy*, *fullfilment*, dan *reability*. Ketiga item indikator ini telah mencakupi berbagai aspek yang berfokus pada keandalan operasional *marketplace* Tokopedia dalam menyediakan layanan pengiriman, ketersediaan *platfrom*, dan transparansi informasi transaksi, serta aspek keamanan yang mencakupi perlindungan data pribadi pengguna dan keamanan transaksi *online*. Oleh sebab itu faktor ini dapat dinyatakan sebagai salah satu yang membentuk kepuasan pelanggan.
2. Kualitas layanan pelanggan: Faktor ini terdiri dari item indikator *contact*, *responsivenness*, dan *compensation*. Ketiga item indikator ini telah mencakupi berbagai macam aspek yang berfokuskan pada bagaimana pihak Tokopedia menangani interaksi dengan para pelanggannya, dimulai dari merespon dengan cepat keluhan pelanggan, serta ketepatan waktu dalam pengiriman dan kebijakan retur dari pihak

Tokopedia. Oleh sebab itu, faktor ini yang membentuk kepuasan pelanggan, karena kepuasan pelanggan terbentuk dari tingkat kualitas layanannya.

3. Kenyaman dan efisiensi: Faktor ini terbentuk dari item indikator *efficiency*, *reability*, dan *fullfilment*. ketiga item indikator ini telah mencakupi berbagai macam aspek yang berfokus pada bagaimana pengguna merasa nyaman saat menggunakan Tokopedia, seperti Tokopedia sangat mudah saat melakukan registrasi, situs Tokopedia sangat cepat apabila diakses, serta Tokopedia selalu memberikan informasi terkait pengiriman dan transaksi. Oleh sebab itu, faktor ini dapat menjelaskan kepuasan pelanggan Tokopedia dapat terbentuk dari hal ini.

B. Implikasi

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat dikemukakan implikasi secara teoritis dan praktis dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Implikasi Teoritis

Implikasi teoritis dalam penelitian ini, bahwa analisis faktor EFA serta tujuh item indikator dari dimensi kualitas layanan elektronik yakni *efficiency*, *fulfillment*, *reability*, *privacy*, *responsiveness*, *compensation*, dan *contact*. Dapat membentuk faktor baru dalam pembentukan kepuasan pelanggan dan dapat digunakan untuk menganalisis kepuasan pelanggan Tokopedia.

2. Implikasi Praktis

Implikasi praktis kepuasan pelanggan pada Tokopedia yaitu, yang perlu ditingkatkan kembali pada bagian *responsiveness* yang merupakan sebagai bentuk tindakan merespon pelanggan apabila pelanggan mengalami kesulitan. Maka dalam hal ini pihak Tokopedia supaya meningkatkan dan untuk berinovasi lagi khususnya pada fitur layanan *customer service* supaya disediakan layanan 24 jam. Selain itu, pada bagian *compensation* yang merupakan tindakan tanggung jawab dari perusahaan apabila terjadi kesalahan pada pihak perusahaan dan merugikan pelanggan. Hal ini perlu ditingkatkan kembali dengan pihak perusahaan untuk berusaha menawarkan retur atau menukar barang apabila barang tidak sesuai saat pengiriman. Selanjutnya, pada bagian *contact* untuk berinovasi menyediakan fitur telepon secara *online* agar pelanggan mudah untuk menghubungi.

Hal ini merupakan faktor yang akan membentuk kepuasan pelanggan, karena pelanggan akan merasakan bahwa bila terjadi suatu masalah dan perusahaan cepat menanggapi atau perusahaan siap untuk bertanggung jawab. Maka pelanggan tak akan segan-segan untuk kembali mengunjungi kembali disuatu hari nanti.

C. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan, berikut merupakan keterbatasan yang ada dalam penelitian:

1. Subjek penelitian ini hanya tertuju pada pengguna yang berada di wilayah Jakarta
2. Penelitian ini hanya menggunakan satu dimensi untuk membentuk kepuasan pelanggan Tokopedia
3. Sampel dalam penelitian ini hanya berjumlah 240 dan terbilang sedikit apabila untuk menggambarkan keadaan yang sebenarnya.

D. Rekomendasi

1. Bagi pelaku usaha

- a. *Efficiency*: supaya meningkatkan efisiensi operasional dengan mempercepat proses pemesanan dan pengiriman.
- b. *Fulfillment*: Untuk meningkatkan manajemen stok dan sistem logistik untuk memastikan pengiriman tepat waktu dan produk dalam kondisi baik.
- c. *Realibility*: supaya lebih konsisten lagi dalam memenuhi janji. Dengan menyediakan informasi yang akurat dan jujur terkait produk atau layanan agar tetap terjaga kepercayaan pelanggannya.
- d. *Responsivennes*: Supaya menyediakan berbagai saluran komunikasi baik melalui chat secara langsung, email, dan telepon. Selain itu, untuk tim Tokopedia supaya cepat tanggap lagi
- e. *Compensation*: Supaya memberikan tawaran pengembalian dana, diskon, atau voucher sebagai bentuk tanggung jawab dan upaya mendekatkan kepada pelanggan

- f. *Contact*: Pastikan informasi kontak yang ada di website dan aplikasi sesuai dengan perusahaan
- g. *Privacy*: Lebih ketat lagi dalam menjaga data diri pelanggannya, agar tidak terjadi kebocoran dan bisa disalahgunakan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab.

2. Bagi peneliti Selanjutnya

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai Analisis Kepuasan Pelanggan pada Layanan Tokopedia di wilayah Jakarta, berikut peneliti memberikan rekomendasi dan saran penelitian selanjutnya.

- a. Diharapkan penelitian selanjutnya untuk memperluas jangkauan wilayah penelitian agar mendapatkan hasil data yang lebih akurat lagi dan bisa diimplementasikan dengan keadaan sebenarnya.
- b. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat memperkaya teori kepuasan pelanggan dengan menggunakan teori atau dimensi yang berbeda sehingga hal ini dapat menunjang hasil penelitian analisis kepuasan pelanggan.