

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis data penelitian dan pengolahan data statistik yang telah dilakukan kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta sebanyak 234 sampel melalui penyebaran kuesioner sebagai alat bantu untuk penelitian dengan menggunakan google form dan dengan bantuan SPSS versi 26 maka dari itu penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan elektronik memiliki pengaruh dan signifikan terhadap minat beli ulang. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan elektronik akan semakin meningkatkan minat beli ulang terhadap pengguna Bukalapak.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan memiliki pengaruh dan signifikan terhadap minat beli ulang. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kepuasan pelanggan maka semakin tinggi pula tingkat minat beli ulang terhadap pengguna Bukalapak.
3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan elektronik dan kepuasan pelanggan memiliki pengaruh secara simultan terhadap minat beli ulang. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan elektronik dan kepuasan pelanggan maka akan semakin tinggi tingkat minat beli ulang pada pengguna Bukalapak.

#### **5.2 Implikasi**

##### **5.2.1 Implikasi Teoritis**

Peneliti berharap dapat memberikan kontribusi untuk perkembangan penelitian bagi pembaca. Dengan menunjukkan bahwa layanan elektronik yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan

dan membuat pelanggan lebih mungkin untuk melakukan pembelian kembali. Dengan menggabungkan teori kepuasan pelanggan dan minat beli ulang, penelitian ini membantu lebih memahami perilaku belanja online dan bagaimana kualitas layanan mempengaruhi loyalitas pelanggan. Temuan ini dapat digunakan untuk mengembangkan model teoritis baru dan strategi yang lebih efektif dalam mengelola hubungan pelanggan di era digital.

### 5.2.2 Implikasi Praktis

Berdasarkan hasil dari analisis deskriptif, beberapa aspek yang mempengaruhi minat beli ulang dan perlu menjadi perhatian bagi pihak Bukalapak adalah sebagai berikut:

1. Pernyataan kualitas pelayanan elektronik yang paling berpengaruh adalah “Bukalapak memberikan tanggapan yang tepat waktu terhadap pesan pelanggan” yang menunjukkan banyak responden cenderung ingin membeli produk di Bukalapak. Sebaliknya, pernyataan “Saya dapat dengan mudah menemukan informasi detail tentang produk atau layanan yang ingin saya beli di Bukalapak” paling tidak berpengaruh, menunjukkan sebagian responden cenderung tidak setuju. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan elektronik, Bukalapak perlu memperhatikan faktor-faktor seperti kebutuhan pelanggan dengan informasi yang lebih detail, kualitas produk atau promosi yang lebih menarik. Dengan memperbaiki faktor-faktor ini, Bukalapak dapat meningkatkan kualitas pelayanan elektronik dimasa mendatang.
2. Pernyataan kepuasan pelanggan yang paling berpengaruh adalah “Saya tidak pernah mengalami gangguan pada saat transaksi di Bukalapak” yang menunjukkan banyak responden merasa puas

terhadap pelayanan transaksi di Bukalapak. Bukalapak harus mempertahankan kinerja (*Perceived Performance*) yang telah diakui oleh banyak responden untuk terus menarik dan mempertahankan pelanggan. Sedangkan untuk pernyataan tidak berpengaruh adalah “Bukalapak menjual produk dengan standar kualitas yang sangat baik” hal ini menunjukkan bahwa sebagian responden tidak sepenuhnya setuju dengan pernyataan tersebut. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, Bukalapak perlu memperhatikan faktor-faktor seperti kualitas produk dan memberikan pelayanan terbaik. Dengan memperbaiki faktor-faktor ini, bukalapak dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimasa mendatang.

### 5.2.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan antara lain sebagai berikut:

1. Variabel yang saat ini diteliti dianggap masih belum mencakup secara memadai faktor-faktor yang bisa memengaruhi minat beli ulang. Oleh karena itu, diharapkan penelitian selanjutnya bisa menambahkan variabel lain yang juga berpotensi memengaruhi minat beli ulang.
2. Penelitian ini hanya menggunakan metode survei melalui kuesioner, yang berarti peneliti tidak memiliki kendali atas jawaban yang diberikan oleh responden. Ada kemungkinan bahwa responden tidak memberikan jawaban yang jujur dalam kuesioner tersebut.
3. Penelitian ini difokuskan pada pengguna Bukalapak pada mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta, yang memiliki karakteristik dan situasi yang khas. Sebagai hasilnya,

temuan dari penelitian ini mungkin tidak dapat langsung diterapkan pada konteks yang berbeda.

### **5.3 Rekomendasi Penelitian Selanjutnya**

1. Dalam penelitian selanjutnya, dapat menambahkan variabel tambahan selain dari yang sudah diteliti oleh peneliti untuk mengantisipasi jika variabel yang dipilih ternyata tidak sesuai dengan kondisi yang sebenarnya di lapangan.
2. Untuk penelitian selanjutnya, dapat menggunakan metode wawancara atau diskusi kelompok dengan responden langsung agar dapat mengontrol jawaban dan mencegah terjadinya salah persepsi terhadap instrumen penelitian yang digunakan.
3. Rekomendasi ini dapat menjadi pedoman tambahan bagi penelitian berikutnya, dengan memusatkan perhatian pada aspek praktis dan teoritis yang berhubungan dengan penggunaan E-commerce Bukalapak oleh responden yang telah terlibat dalam penelitian anda.