

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

A. Kesimpulan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kepuasan pelanggan terhadap kepercayaan pelanggan, kepercayaan pelanggan terhadap niat beli ulang dan pengaruh kepuasan pelanggan terhadap niat beli ulang. Jumlah sampel yang diambil sejumlah 200 responden. Sampel yang diambil merupakan responden yang memiliki kriteria khusus yaitu responden yang sudah pernah membeli di *marketplace* Shopee minimal dua kali dalam enam bulan terakhir dan berdomisili di provinsi DKI Jakarta. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner tertutup melalui *online via google form* dan ditampung di *google drive*. Metode analisis yang digunakan dalam mengolah data penelitian menggunakan SPSS untuk pengujian instrumen dan LISREL untuk *confirmatory factor analysis*. Hasil dari pengolahan data primer yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Hipotesis pertama menyatakan bahwa Kepuasan Pelanggan berpengaruh **positif** terhadap Kepercayaan Pelanggan di *mobile platform* Shopee Indonesia, sehingga hipotesis pertama dinyatakan diterima.
2. Hipotesis kedua menyatakan bahwa Kepercayaan Pelanggan berpengaruh **positif** terhadap Niat Beli Ulang di *mobile platform* Shopee Indonesia, sehingga hipotesis kedua dinyatakan diterima.

3. Hipotesis ketiga menyatakan bahwa Kepuasan Pelanggan berpengaruh **positif** terhadap Niat Beli Ulang di *mobile platform* Shopee Indonesia, sehingga hipotesis ketiga dinyatakan diterima.

B. Implikasi

Hasil yang didapat dari pengolahan kuesioner pada 200 orang responden yang bertransaksi di Shopee Indonesia, terdapat hasil karakteristik jenis kelamin responden dengan hasil yang merata yaitu sejumlah 102 responden (51%) berjenis kelamin perempuan dan 98 responden (49%) berjenis kelamin laki-laki. Pada data karakteristik *cross tabulation*, yang mendominasi yaitu jenis kelamin perempuan yang bekerja sebagai karyawan swasta, karyawan swasta yang memiliki pendapatan perbulan < Rp 3.000.000, dan didominasi oleh responden rentang usia 21 – 25 tahun dengan pembelian ulang sebanyak dua kali dalam enam bulan terakhir. Dari keterangan data tersebut dinyatakan bahwa *marketplace* Shopee Indonesia cocok untuk semua kalangan laki-laki maupun perempuan karena kebutuhan sekunder seperti *fashion*, produk elektronik dan perlengkapan pribadi. Maka dari itu pelanggan *marketplace* Shopee Indonesia banyak yang berminat untuk membeli ulang karena kepuasan yang didapatkan beserta produk yang sudah dipercaya.

Terdapat tendensi positif pada variabel kepuasan pelanggan yaitu pada proses *refund* atau pengembalian uang di Shopee yang memuaskan. Hal ini dapat membuktikan bahwa sistem *mobile platform* Shopee Indonesia masih sangat baik dalam penanganan *after sale*.

Pada variabel kepercayaan pelanggan, terdapat tendensi positif yang menyebutkan bahwa Shopee jujur terhadap pelanggan dalam hal pemberian informasi deskripsi barang. Begitu pula terdapat dalam variabel niat beli ulang, yaitu pelanggan yang cenderung ingin mencoba produk-produk lain yang ditawarkan di Shopee masih banyak yang menginginkan untuk membeli ulang di *mobile platform* Shopee Indonesia.

Namun, terdapat pula beberapa jawaban pada kuesioner pernyataan yang menunjukkan ketidaksetujuan pelanggan terhadap Shopee Indonesia dalam hal kepuasan, kepercayaan dan niat beli ulang pelanggan.

Pada variabel kepuasan pelanggan, banyak responden yang merasa penanganan *customer service* di Shopee yang tidak memuaskan memberikan tendensi negatif yang paling tinggi pada variabel ini. Faktor utama disebabkan oleh penanganan yang lama apabila terdapat kendala komplain pelanggan. Sebaiknya Shopee Indonesia memberikan kemudahan yang fleksibel bagi pelanggan agar dapat bertransaksi secara mudah dengan menggunakan fitur *customer service online* 1x24 jam agar permasalahan pelanggan dapat diselesaikan dengan cepat dan tidak menunggu berhari-hari.

Pada variabel kepercayaan pelanggan, terdapat tendensi negatif dalam jawaban kuesioner yaitu pelanggan yang menilai Shopee bukan sebagai pilihan terbaik. Kebanyakan responden tidak setuju dan tidak menilai Shopee sebagai pilihan terbaik. Pelanggan masih tidak percaya terhadap Shopee Indonesia karena ketidaksesuaian antara komitmen dan hasil barang yang diterima, terlebih dalam proses pengiriman yang memakan waktu lama. Hal

ini dikarenakan terdapat pengiriman barang yang berasal dari luar negeri. Sebaiknya Shopee Indonesia memberikan kemudahan bagi pelanggan dengan cara menyediakan paket instan khusus dari luar negeri agar barang yang diterima sesuai komitmen waktu dan tidak memberikan akun penjualan secara bebas kepada penjual yang tidak menyertakan deskripsi yang tepat dengan cara sistem kerjasama terlebih dahulu, khusus bagi penjual yang berasal dari luar negeri.

Dalam variabel niat beli ulang, rata-rata responden memberikan tendensi negatif ketidaksetujuan dalam hal keinginan membeli ulang di Shopee. Berkaitan dengan kepercayaan pelanggan, karena Shopee bukan merupakan pilihan terbaik, maka dari itu keinginan untuk membeli ulang masih kurang. Sebaiknya Shopee Indonesia melakukan kajian ulang dengan melakukan evaluasi kembali terhadap para pesaing agar dapat menentukan strategi menarik pelanggan dengan sistem promosi *cashback* dan sistem komplain secara *online* 1x24 jam.

C. Saran

Berdasarkan hasil uji dan kesimpulan, maka dapat diberikan beberapa saran untuk penelitian selanjutnya dan untuk bahan evaluasi *marketplace* Shopee Indonesia sebagai berikut:

1. Saran untuk penelitian selanjutnya
 - a. Penelitian ini dapat dilakukan kembali dengan dengan objek yang berbeda seperti penyedia *website e-commerce*.

- b. Penelitian ini dapat dilakukan kembali dengan menggunakan variabel berbeda yang saling berkaitan seperti yang terdapat pada penelitian sebelumnya yaitu risiko yang dirasakan, reputasi, *familiarity*, loyalitas dan *word of mouth* terhadap niat beli ulang.
 - c. Penelitian ini dapat dilakukan kembali dengan melakukan pengujian terhadap *mobile platform* yang berbeda seperti Tokopedia dan Bukalapak.
 - d. Penelitian ini dapat dilakukan kembali dengan penelitian yang lebih luas tidak hanya Shopee Indonesia melainkan Shopee mencakup keseluruhan agar hasil penelitian yang didapat secara keseluruhan
 - e. Penelitian ini dapat dilakukan kembali dengan menggunakan perpaduan data primer langsung dari perusahaan dan data sekunder sebagai pembandingan.
2. Saran untuk Shopee Indonesia
- a. Shopee Indonesia diharapkan dapat memberikan layanan yang lebih baik lagi dalam hal fleksibilitas terhadap pembeli dan penjual dengan cara memberikan layanan *customer service* 1 x 24 jam yang bisa diakses secara langsung melalui *mobile platform* Shopee. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan agar pelanggan tidak bingung terhadap informasi yang disediakan Shopee.
 - b. Shopee Indonesia diharapkan dapat menyediakan layanan jasa pengiriman khusus bagi penjual dari luar negeri, agar barang yang dibeli oleh pelanggan cepat sampai dan tidak menunggu lama sampai

berhari-hari sehingga dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan untuk membeli kembali di Shopee.

- c. Shopee Indonesia diharapkan dapat menyediakan *third party* penyedia jasa keuangan agar setiap penarikan dan *top-up* saldo lebih cepat masuk ke rekening pelanggan dan tidak menunggu terlalu lama.
- d. Shopee Indonesia diharapkan dapat memberikan strategi menarik untuk pelanggan seperti promo *cashback* ataupun undian berhadiah melalui kupon Shopee serta memberikan *event promotion* agar pelanggan lebih tertantang untuk banyak melakukan pembelian ulang dan juga meningkatkan niat beli ulang di Shopee.
- e. Shopee Indonesia harus melakukan evaluasi dan uji banding terhadap para pesaing agar dapat menemukan potensi strategis penjualan yang mendominasi pesaing lainnya.
- f. Shopee Indonesia dituntut untuk konsisten dalam memberikan kualitas pelayanan agar pelanggan terus-menerus melakukan pembelian ulang.
- g. Shopee Indonesia diharapkan untuk membuka fitur bagi *reseller* dan *dropshiper* agar para penjual lain lebih mudah dalam mendistribusikan barang dagangan.