

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Hipotesis pertama menyatakan kualitas *website* memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan **diterima**. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil uji yang menunjukkan adanya arah hubungan positif dan efek sangat kuat dari kualitas *website* terhadap kepuasan pelanggan. Maka dari itu, kesimpulan yang dapat diambil adalah kualitas *website* merupakan salah satu faktor yang menyebabkan munculnya kepuasan pelanggan pada pengguna aplikasi Shopee. Apabila kualitas *website* yang ditawarkan semakin baik, maka kepuasan pelanggan akan turut meningkat.
2. Hipotesis kedua menyatakan kepercayaan memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan **diterima**. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil uji yang menunjukkan adanya arah hubungan positif dan efek sangat kuat dari kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan. Maka dari itu, kesimpulan yang dapat diambil adalah kepercayaan menjadi salah satu penyebab munculnya kepuasan pelanggan pada pengguna aplikasi Shopee. Apabila pengguna aplikasi Shopee semakin percaya pada aplikasi tersebut, maka kepuasan yang timbul dari pengunjung tersebut akan semakin besar.
3. Hipotesis ketiga menyatakan kualitas *website* memberikan pengaruh terhadap minat pembelian ulang **diterima**. Hal tersebut dapat dilihat

dari hasil uji yang menunjukkan adanya arah hubungan positif dan efek kuat dari kualitas *website* terhadap minat pembelian ulang. Maka dari itu, kesimpulan yang dapat diambil adalah kualitas website dapat menjadi faktor munculnya minat pembelian ulang pada pengguna aplikasi Shopee. Semakin kualitas *website* tersebut meningkat, maka pengunjung akan berpikir untuk kembali melakukan pembelian minimal pada produk yang sama di aplikasi Shopee.

4. Hipotesis keempat menyatakan kepercayaan memberikan pengaruh terhadap minat pembelian ulang **diterima**. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil uji yang menunjukkan adanya arah hubungan positif dan efek kuat dari kepercayaan terhadap minat pembelian ulang. Maka dari itu, kesimpulan yang dapat diambil adalah kepercayaan merupakan salah satu faktor munculnya minat pembelian ulang pada pengguna aplikasi Shopee. Jika pengguna Shopee percaya pada aplikasi tersebut, maka mereka akan selalu berpikir untuk melakukan pembelian ulang pada aplikasi tersebut.
5. Hipotesis kelima menyatakan kepuasan pelanggan memberikan pengaruh terhadap minat pembelian ulang **diterima**. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil uji yang menunjukkan adanya arah hubungan positif dan efek kuat dari kepuasan pelanggan terhadap minat pembelian ulang. Maka dari itu, kesimpulan yang dapat diambil adalah kepuasan pelanggan menjadi faktor munculnya minat pembelian ulang pada pengguna aplikasi Shopee. Ketika harapan pengguna saat menggunakan

Shopee terpenuhi dan timbul perasaan puas, maka pengguna akan berpikir untuk membeli kembali produk yang terdapat pada aplikasi Shopee.

B. Implikasi

Berdasarkan pemaparan hasil penelitian, ditemukan beberapa implikasi sebagai berikut. Pada variabel kualitas *website*, responden cenderung memberikan nilai positif yang paling banyak pada jawaban Setuju dengan frekuensi jawaban 130 atau 65% pada indikator X1.1 dengan pernyataan “Aplikasi Shopee mudah dioperasikan”. Hal ini mengimplikasikan bahwa responden setuju kualitas *website* dapat meningkatkan kepuasan pelanggan maupun menumbuhkan minat untuk membeli ulang karena melihat dari sisi kemudahan dalam menggunakan aplikasi Shopee. Semakin mudah saat menggunakan aplikasi tersebut baik dari segi penggunaan secara umum maupun dari segi transaksi jual beli. Pada variabel kepercayaan, responden cenderung memberikan nilai positif yang paling banyak pada nilai Setuju (S) dengan frekuensi jawaban 132 atau 66% pada indikator X2.1 dengan pernyataan “Pelanggan percaya pada kinerja Shopee yang memenuhi harapan”. Hal ini mengimplikasikan bahwa responden setuju bahwa indikator terbesar pada kepercayaan dalam mempengaruhi kepuasan dan minat pembelian ulang dilihat dari bagaimana kinerja aplikasi Shopee dapat memenuhi apa yang diharapkan dari pengguna aplikasi tersebut, sehingga mereka akan merasakan kepuasan dan berminat untuk melakukan pembelian kembali.

C. Saran

1. Saran Praktis

Shopee merupakan salah satu aplikasi jual beli *online* terbesar di Indonesia dengan jumlah pengguna yang banyak. Shopee harus meningkatkan pelayanan mereka, terutama dalam segi kemudahan dalam menggunakan aplikasi tersebut. Karena mayoritas pengguna dari Shopee adalah merupakan perempuan berusia 18 – 22 tahun dengan latar belakang pelajar/mahasiswa. Memudahkan pengguna dalam menggunakan aplikasi, terutama dalam proses pembayaran maupun pemilihan produk akan memberikan kepuasan bagi pengguna aplikasi Shopee.

2. Saran Teoritis

Penelitian ini dapat digunakan kembali sebagai referensi bagi peneliti berikutnya. Namun, peneliti sadar bahwa penelitian yang dilakukan ini jauh dari kata sempurna dan mungkin tidak bisa digunakan untuk penelitian secara berkelanjutan, karena seiring dengan zaman yang semakin berkembang referensi penelitian akan selalu berubah.

Maka dari itu, saran dari peneliti untuk penelitian berikutnya dapat ditambahkan beberapa variabel seperti *electronic word-of-mouth*, citra perusahaan, *perceived risk*, dan keputusan pembelian. Kemudian, penelitian ini juga dapat dijadikan untuk referensi pada objek penelitian serupa seperti Lazada, JD.id, Tokopedia, atau Buka Lapak