

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini menguji pengaruh kepercayaan dan pengalaman pelanggan terhadap kepuasan pelanggan Tokopedia pada Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta. Sampel dalam penelitian ini merupakan mahasiswa FE UNJ yang melakukan transaksi pembelian minimal tiga kali di Tokopedia sebanyak 145 responden. Penelitian ini menggunakan metode survei dan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat menggunakan persamaan regresi linier berganda. Berdasarkan hal tersebut dapat dikemukakan bahwa:

- 1) Pada survei awal yang disebar kepada 60 responden, hasil survei menunjukkan bahwa sebanyak 38 responden mengalami kendala ketika melakukan transaksi pembelian di Tokopedia. Hal ini menyebabkan kurangnya rasa kepercayaan yang mengakibatkan pelanggan merasa tidak puas melakukan transaksi pembelian di Tokopedia. Berdasarkan beberapa hasil penelitian yang dilakukan oleh Juniwati (2015), Saidani et al. (2019) dan Sfenrianto et al. (2018) mengungkapkan bahwa kepercayaan memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dalam penelitian yang Peneliti lakukan saat ini, dapat disimpulkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dimana variabel kepuasan pelanggan ditentukan oleh variabel kepercayaan sebesar 22,5% sedangkan sisanya sebesar 77,5% dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti.

2) Pada survei awal yang disebar kepada 60 responden, hasil survei menunjukkan bahwa sebanyak 38 responden mengalami kendala ketika melakukan transaksi pembelian di Tokopedia. Hal ini mengakibatkan pelanggan merasa tidak puas melakukan transaksi pembelian di Tokopedia karena pengalaman pelanggan sebelumnya karena mengalami kendala. Berdasarkan beberapa hasil penelitian yang dilakukan oleh Yolandari dan Kusumadewi (2018), Lin dan Lekhawipat (2014) dan Klaus dan Maklan (2013) menyatakan bahwa pengalaman pelanggan memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dalam penelitian yang Peneliti lakukan saat ini, dapat disimpulkan bahwa pengalaman pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dimana variabel kepuasan pelanggan ditentukan oleh variabel pengalaman pelanggan sebesar 21,8% sedangkan sisanya sebesar 78,2% dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti.

B. Implikasi

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan di atas, dapat diketahui bahwa kepercayaan dan pengalaman pelanggan merupakan faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kepercayaan dan pengalaman pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut sesuai dengan hipotesis yang telah diajukan.

Berdasarkan hasil analisis pengolahan data, rata-rata hitung skor masing-masing indikator dari variabel kepercayaan terlihat bahwa indikator yang memiliki skor tertinggi adalah indikator Tokopedia menyediakan produk yang

sesuai dengan kebutuhan pelanggan sebesar 11,87%. Hal tersebut menggambarkan bahwa pelanggan dapat mencari produk yang di butuhkan sesuai dengan keinginannya melalui Tokopedia. Sedangkan, indikator yang memiliki skor terendah yaitu indikator saya merasa aman ketika melakukan transaksi pembelian di Tokopedia sebesar 11,17%. Rendahnya skor dalam indikator tersebut dapat disebabkan karena pelanggan yang pernah mengalami penipuan menggunakan kode verifikasi sehingga data transaksi akun pelanggan diretas. Oleh karena itu sebaiknya pihak Tokopedia menghadirkan layanan untuk memproteksi tingkat penipuan ketika pelanggan melakukan transaksi pembelian di Tokopedia sehingga pelanggan merasa aman dan puas melakukan pembelian di Tokopedia.

Selanjutnya, hasil analisis pengolahan data, rata-rata hitung skor masing-masing indikator dari variabel pengalaman pelanggan terlihat bahwa indikator yang memiliki skor tertinggi adalah indikator saya memilih pilihan produk dari penjual yang berbeda di Tokopedia sebesar 11,87%. Hal tersebut menggambarkan bahwa pelanggan dapat mencari produk yang di butuhkan sesuai dengan keinginannya melalui Tokopedia. Sedangkan, indikator yang memiliki skor terendah yaitu indikator bertahan dengan Tokopedia membuat proses pembelian menjadi lebih mudah sebesar 8,07%. Rendahnya skor dalam indikator tersebut dapat disebabkan karena pelanggan mengalami kesulitan ketika melakukan transaksi pembelian di Tokopedia. Oleh karena itu sebaiknya pihak Tokopedia memperbanyak metode pembayaran sehingga pelanggan tidak kesulitan Ketika akan melakukan transaksi pembelian.

C. Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pada pengalaman langsung yang dilakukan selama proses penelitian, terdapat beberapa faktor yang menjadi keterbatasan peneliti dalam penelitian ini, yaitu:

- 1) Variabel bebas dalam penelitian ini hanya terdiri dari dua variabel, yaitu variabel kepercayaan dan pengalaman pelanggan. Terdapat banyak faktor lainnya yang mempengaruhi variabel kepuasan pelanggan.
- 2) Sampel dalam penelitian ini hanya mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta
- 3) Jawaban responden terkadang tidak sesuai dengan butir pernyataan

D. Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan keterbatasan penelitian yang telah dialami Peneliti, maka Peneliti merekomendasikan beberapa hal bagi peneliti-peneliti selanjutnya agar menyempurnakan penelitiannya, yaitu:

- 1) Bagi peneliti selanjutnya direkomendasikan untuk menambah variabel bebas lainnya yang mempengaruhi kepuasan pelanggan selain kepercayaan dan pengalaman pelanggan
- 2) Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Negeri Jakarta dengan sampel mahasiswa FE UNJ, untuk penelitian selanjutnya direkomendasikan untuk memperluas populasi agar mempermudah mendapatkan banyak responden dalam penelitian.
- 3) Memperbanyak referensi yang terkait dengan variabel-variabel yang akan diteliti sehingga akan mempermudah proses penelitian.