

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bagian terakhir dari penulisan skripsi yang terdiri dari kesimpulan penelitian dan saran-saran berdasarkan hasil penelitian. Berikut ini akan dikemukakan kesimpulan penelitian dan saran-saran berdasarkan hasil penelitian sebagai berikut:

5.1 Kesimpulan

Bedasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat disampaikan beberapa kesimpulan penelitian sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan situs belanja online Shopee di kota Padang.
2. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan situs belanja online Shopee di kota Padang.
3. Promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan situs belanja online Shopee di kota Padang.
4. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan situs belanja online Shopee di kota Padang.
5. Kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan situs belanja online Shopee di kota Padang.
6. Promosi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan situs belanja online Shopee di kota Padang.
7. Kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan situs belanja online Shopee di kota Padang.

8. Secara langsung kualitas pelayanan melalui kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan situs belanja online Shopee di kota Padang.
9. Secara langsung kualitas produk melalui kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan situs belanja online Shopee di kota Padang.
10. Secara langsung promosi melalui kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan situs belanja online Shopee di kota Padang.

5.2 Keterbatasan

Peneliti menyadari bahwa penelitian yang telah berhasil dilaksanakan ini masih memiliki beberapa kekurangan yang disebabkan adanya keterbatasan yang peneliti miliki selama pembuatan skripsi ini. Keterbatasan tersebut meliputi:

1. Penelitian ini hanya menganalisis kualitas pelayanan, kualitas produk, dan promosi dan masih adanya variabel lain diluar model penelitian yang mempengaruhi terbentuknya kepuasan dan loyalitas pelanggan yang tidak digunakan dalam penelitian ini, seperti: kesadaran merek, kepercayaan, asosiasi merek dan lainnya.
2. Objek penelitian ini hanya di batasi pada pengguna aplikasi situs belanja online Shopee.
3. Sulitnya bagi peneliti untuk menentukan sampel yang benar dapat mewakili seluruh populasi sehingga mempengaruhi hasil yang ditemukan didalam penelitian ini.

1.3 Saran

1.3.1 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

Berdasarkan hasil penelitian yang memperlihatkan kesimpulan penelitian yang telah disajikan sebelumnya, maka dapat diajukan saran bagi peneliti selanjutnya sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik mengangkat judul yang sama dengan penelitian ini, penulis menyarankan agar menambah variabel lain untuk dibuktikan dalam penelitian tersebut. Hal ini dilakukan agar hasil penelitian yang ditemukan bisa menutupi kekurangan yang terdapat dalam penelitian ini.
2. Bagi peneliti selanjutnya untuk dapat mengambil objek penelitian yang lain agar kajian tentang kualitas pelayanan, kualitas produk, dan promosi yang mempengaruhi terbentuknya kepuasan dan loyalitas pelanggan dapat dipahami secara mendalam.
3. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk mampu mencoba memperbanyak jumlah responden dan lebih selektif dalam memilih calon responden, saran ini penting untuk meningkatkan mutu dan kualitas hasil penelitian.
4. Bagi peneliti selanjutnya untuk dapat menggunakan metode analisis yang lain agar kajian tentang kualitas pelayanan, kualitas produk, dan promosi yang mempengaruhi terbentuknya kepuasan dan loyalitas pelanggan dapat dipahami secara mendalam.

5.3.2 Saran Bagi Perusahaan

Dalam upaya meningkatkan kepuasan dan terbentuknya loyalitas pelanggan di masa yang akan datang, maka disarankan kepada pihak manajemen

Shopee, untuk terus berupaya memperhatikan kualitas pelayanan, kualitas produk dan promosi. Hal ini disebabkan karena kualitas pelayanan, kualitas produk dan promosi memiliki pengaruh yang berarti terhadap kepuasan dan terbentuknya loyalitas pelanggan pada situs belanja online khususnya Aplikasi Shopee di Kota Padang.

1. Untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanan, maka disarankan kepada pihak manajemen memperhatikan hal-hal sebagai berikut:
 - a. Hendaknya pihak manajemen lebih meningkatkan kelengkapan fitur pada aplikasi Shopee agar terlihat menarik dan mudah dipahami, dengan cara membuat fitur pada aplikasi yang ramah terhadap perangkat seluler guna untuk memastikan bahwa dengan fitur yang lengkap sekalipun pengguna dapat mengakses situs belanja online dengan mudah, terlepas dari ukuran layar. Selain itu upaya yang dilakukan hendaknya menjaga konsistensi dalam hal font, warna, dan visual lainnya seperti ikon.
 - b. Hendaknya pihak manajemen lebih memperhatikan kejelasan informasi tentang hak dan kewajiban pengguna, dengan cara pihak manajemen harus melakukan evaluasi berkala dalam pengembangan informasi tentang hak dan kewajiban pengguna pada situs website tersebut dan juga memberikan sosialisasi kepada pengguna agar situs belanja Shopee menjadi salah satu sarana bagi masyarakat untuk berbelanja online.
2. Untuk lebih meningkatkan kualitas produk, maka disarankan kepada pihak manajemen memperhatikan hal-hal sebagai berikut:

- a. Hendaknya pihak manajemen lebih meningkatkan citra merek dari aplikasi Shopee agar aplikasi Shopee menjadikan merek yang mudah dikenal oleh kalangan pengguna situs belanja online, dengan cara membuat desain logo yang menarik, melakukan kampanye iklan dan promosi berkelanjutan, menggunakan laman media sosial untuk berinteraksi dengan pengguna, bekerjasama dengan *influencer*.
 - b. Hendaknya pihak manajemen lebih mampu untuk bersaing dengan situs belanja online lainnya, dengan cara konsisten menaikkan mutu dan berkembang menjadi lebih baik dan meningkatkan kualitas produk dan layanan.
3. Untuk lebih meningkatkan promosi, maka disarankan kepada pihak manajemen memperhatikan hal-hal sebagai berikut:
- a. Hendaknya pihak manajemen lebih meningkatkan promosi yang dilakukan secara langsung kepada calon pengguna, sehingga calon pengguna benar-benar mengetahui aplikasi Shopee.
 - b. Hendaknya pihak manajemen lebih sering untuk mengikuti ajang *pameran e-commerce*, sehingga dapat berinteraksi langsung dengan calon pengguna situs.

DAFTAR PUSTAKA

- Alawiyah Titien. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Yang Menginap Pada Hotel Diamond Di Kota Samarinda: *Ejournal Administrasi Bisnis: Volume 6*.
- Ali, Hasan . 2013. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta. CAPS (Center For Academic Publishing Service)
- Amanah Dita. (2010). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada majestyk bakery & cake shop cabang h.m. yamin medan: *Jurnal Keuangan & Bisnis Dita Amanah: Volume 2*.
- Andreas Caesar. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening: *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen: Vol.5. No.5*.
- Dantes, Nyoman. 2012. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: ANDI
- Fitriyana Fina, Mustafit, Suparti. (2013). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Online Shop Menggunakan *Structural Equation Modeling: Jurnal Gaussian: Volume 2. Nomor 2*.
- Gunawan Linda & Kempa Sesitya. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Ditoko Bintang Terang: *Agora: Vol. 4*.
- Irawan Deny Dan Japarianto Edwin. (2013). Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Pelanggan Restoran Por Kee Surabaya: *Jurnal Manajemen Pemasaran: Vol. 1*.
- Ishak Asmai Dan Luthfi Zhafiri. (2011). Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas: Studi Tentang Peran Mediasi Switching Costs: *Jurnal Siasat Bisnis: Vol. 15*.

- Izzuddin Ahmad, Muhsin Muhammad. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen: *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia: Volume 6. Nomor 1.72-78.*
- Jimmy Sugianto Dan Sugiono Sugiharto. (2013). Analisa Pengaruh *Service Quality, Food Qyualit, Dan Price* Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Yung Ho Surabaya: *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra: Vol. 1.*
- Lamidi & Rahadhini Desma Marjam. (2013). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan *Green Product* Sepeda Motor Honda *Injection* Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Moderasi: *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan: Vol. 13.*
- Lenzun J. Jessica, Dkk. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel. *Jurnal Emba : Vol.2.*
- Molle A Meylisa, Mandey I. Silvy & Kojo Christoffe. (2019). Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Royal's Resto And Function Hall Di Kota Ternate: *Jurnal Emba: Vol.7 No.1*
- Normasari Selvy, Kumadji Srikandi & Kusumawati Andriani . (2013) . Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan Dan Loyalitas Pelanggan: *Jurnal Administrasi Bisnis: Vol. 6*
- Novianti, Endri, dan Darlius. (2018). Kepuasan Pelanggan Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan: *Novianti et al. Mix: Jurnal Ilmiah Manajemen: Vol. 8. No. 1. 90-108.*
- Nugroho Eko, Heribertus ir. Budi S, Safi'i Imam. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen: *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Teknik Industri Universitas Kadiri: Vol.2 No.2.*

- Nugroho Wahyu Adi, Sudaryanto Budi. (2013). Pengaruh Kinerja Layanan, Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Pengiriman Barang .Diponegoro: *Journal Of Management: Volume 2*
- R Jackson S. Weenas. (2013). Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta: *Jurnal EMBA: Vol.1. No.4.*
- Rosa Yeni Takholy, Lestari Anik Andjarwati. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (studi pada pelanggan xl prabayar di pamekasan): *Ilmu Manajemen: Volume 6. Nomor 1.*
- Sari Purnama Vidya Herviana. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Biskuit Oreo Di Carrefour Surabaya): *Jurnal Ilmu Manajemen: Volume 6.*
- Sarwono, jonathan. 2018. Statistik untuk riset skripsi. Andi offset: Yogyakarta
- Setiawan Heri, Minarsih Magdalena Maria & Fathoni Azis. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening: *Journal Of Management. Vol. 2.*
- Setyo Edwin Purnowo. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen “Best Autoworks”: *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis: Vol.1.*
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* Bandung: Alfabeta.CV
- Sunyoto, Suyanto 2011. Analisis regresi untuk uji hipotesis, Yogyakarta. Caps

- Takholy Rosa Yeni. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Xl Prabayar Di Pamekasan): *Jurnal Ilmu Manajemen : Volume 6*.
- Uma Sekaran, 2006, *Research Methods For Business*, Edisi 4, Buku 2, Jakarta: Salemba Empat.
- Wahyuni Indah Lia, Wahyuni Sri & Widodo Joko. (2018). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Merek Pada Kartu Prabayar Simpati Telkomsel: Jurnal Pendidikan Ekonomi: *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, Dan Ilmu Sosial 242 Issn 1907-9990 | E-Issn 2548-7175 : Volume 12*.
- Wayan I Sumertana. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Water Park Seririt Singaraja Tahun 2014-2015. Jurnal Pendidikan Ekonomi: *Jurnal Program Studi Pendidikan Ekonomi (JPPE): Vol.7. No.2*.