

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari analisa yang telah dilaksanakan oleh peneliti baik secara deskriptif maupun statistik, maka dapat ditarik kesimpulan dari penelitian ini berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan.

1. Variabel Efisiensi secara parsial mempunyai pengaruh positif tidak signifikan terhadap Kepuasan Konsumen shopee di Surabaya.
2. Variabel *Fulfillment* secara parsial mempunyai pengaruh negatif tidak signifikan terhadap Kepuasan Konsumen shopee di Surabaya.
3. Variabel Reliabilitas secara parsial mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Konsumen shopee di Surabaya.
4. Variabel Privasi secara parsial mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Konsumen shopee di Surabaya.
5. Variabel Responsiveness secara parsial mempunyai pengaruh positif tidak signifikan terhadap Kepuasan Konsumen shopee di Surabaya.
6. Variabel Kompensasi secara parsial mempunyai pengaruh positif tidak signifikan terhadap Kepuasan Konsumen shopee di Surabaya.
7. Variabel Kontak secara parsial mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Konsumen shopee di Surabaya.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian, diantaranya adalah sebagai berikut.

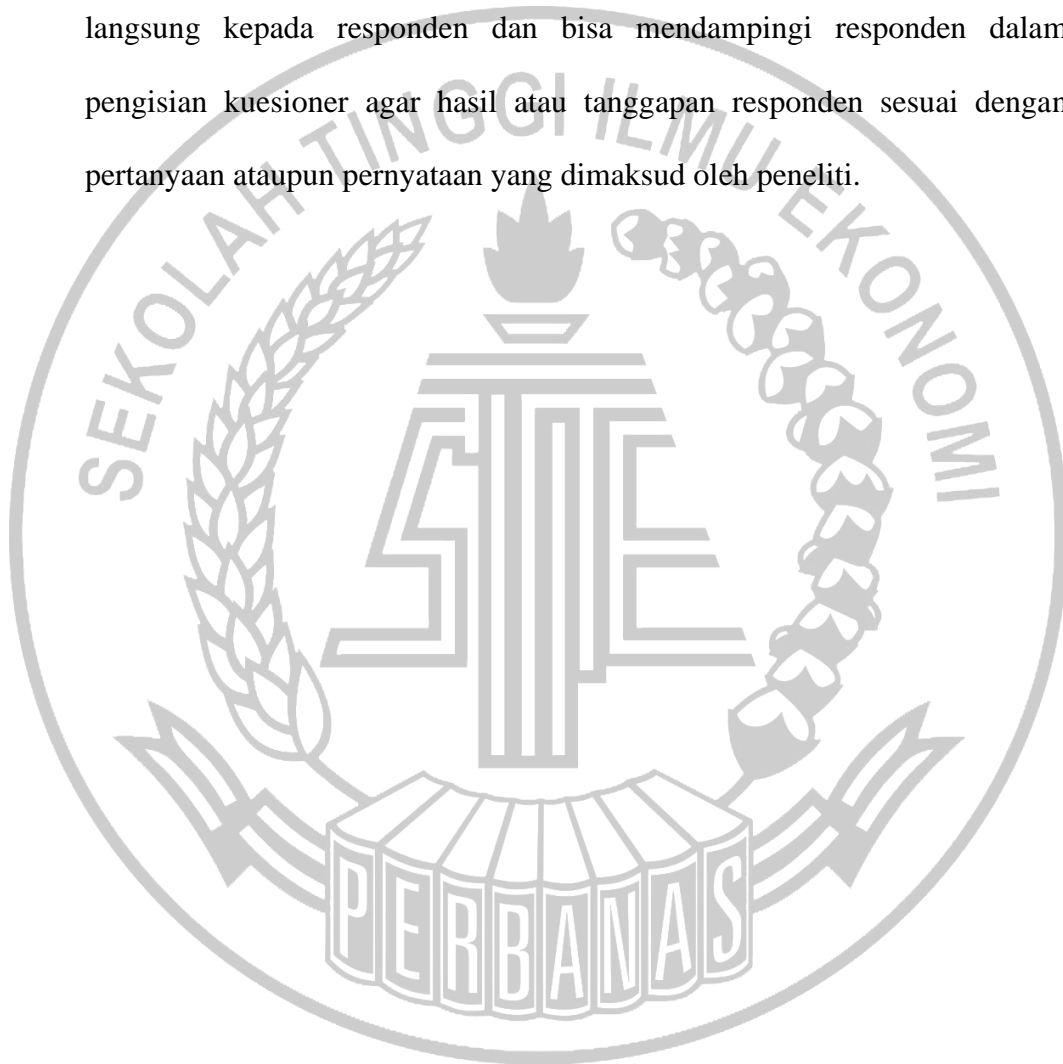
1. Peneliti merasa sulit mencari responden secara langsung akibat pandemic *covid-19* di tempat yang telah ditetapkan sebagai wilayah penelitian sehingga pada akhirnya peneliti lebih banyak menggunakan data dari responden yang diambil secara *online* melalui *google forms*.
2. Peneliti tidak dapat mendampingi responden ketika mengisi kuesioner sehingga responden tidak dapat bertanya apabila terdapat pernyataan yang kurang dimengerti dan mengakibatkan jawaban yang kurang sesuai.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah disimpulkan, maka peneliti dapat memberikan saran-saran yang dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini. Adapun saran-saran yang diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan shopee sebaiknya lebih memperhatikan tampilan aplikasinya agar bisa digunakan semua kalangan. Menambah fasilitas pencarian produk menggunakan pengenalan gambar agar lebih mudah dan juga selalu memberikan update pembaruan terutama mengenai masalah *bug* pada aplikasi agar tidak lemot. Hal ini akan membuat konsumen merasa nyaman dan meningkatkan kepuasan dalam berbelanja di shopee.
2. Bagi perusahaan shopee lebih berfokus untuk meningkatkan performa respon konsumen seperti menambah bagian *customer service* sehingga *customer* tidak perlu menunggu lama mengantri untuk dilayani atau menambah artikel mengenai pertanyaan yang sering ditanyakan. Agar pembeli yang merasa kebingungan atau mempunyai kendala dapat langsung membaca artikel yang sudah disediakan. Sehingga nantinya konsumen akan merasa lebih nyaman menggunakan situs shopee.

3. Bagi perusahaan shopee lebih peduli dan meningkatkan sistem terhadap pemberian kompensasi atau bentuk tanggung jawab kepada *customer* karena saat ini shopee dinilai kurang cepat memproses bentuk pengembalian dana atau klaim barang rusak.
4. Bagi peneliti selanjutnya sebaiknya melakukan penyebaran kuesioner secara langsung kepada responden dan bisa mendampingi responden dalam pengisian kuesioner agar hasil atau tanggapan responden sesuai dengan pertanyaan ataupun pernyataan yang dimaksud oleh peneliti.



DAFTAR PUSTAKA

- Acommerce. 2018, *EIQ Consumer Pulse: Uncovering The Value Of Top Online Platforms in Sea*: <https://ecommerceiq.asia/asp-products/eiq-consumer-pulse-uncovering-the-value-of-top-online-platforms/> (Diakses pada 15 Oktober 2020)
- Acommerce. 2018, *Uncovering The Value Of Thailand's Top Online Platforms*: <https://ecommerceiq.asia/asp-products/eiq-consumer-pulse-uncovering-the-value-of-thailands-top-online-platforms/> (Diakses pada 15 Oktober 2020)
- Astuti. & Salisah. 2016. *Analisis Kualitas Layanan E-Commerce Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode E-Servqual (Studi Kasus : Lejel Home Shopping Pekanbaru)*. *Jurnal Rekayasa Dan Manajemen Sistem Informasi*, Vol.2,(No.1, Februari 2016), hal.44-49, e-ISSN 2502-8995 p-ISSN 2460-8181.
- Ahmadi, Abu. 2002. *Psikologi Sosial*. Jakarta:Cipta.Ilmu.
- Alfian Tan, Paulus Sukpto, dan Carles Sitompul. 2015. *Pengembangan Dimensi Kualitas Layanan E-Banking Dan Hubungannya Dengan Kepuasan Serta Loyalitas Konsumen*. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, Vol. 13, No. 1, Juni 2014
- Davis, F. D. (1989)
- Diby Hartono, H. 1986. *Kajian Tentang Penghunian Rumah Susun Ditinjau dari Aspek Perilaku*. Tesis(tidak diterbitkan), Bandung: Fakultas Pascasarjana ITB
- Hasibuan, Malayu S.P.. 2017. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Revisi. Jakarta: Bumi Aksara.
- Imam Ghozali,. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program ke 21*. Edisi7 , Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Imam Ghozali,. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jayani, D. H. 2020 *Shopee E-commerce dengan Pengunjung Situs Tertinggi Kuartal III 2020*. Diambil kembali dari pricebook: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/20/shopee-e-commerce-dengan-pengunjung-situs-tertinggi-kuartal-iii-2020> (Diakses pada 20 Oktober 2020)

- Krishnamurthy, Sivakumar, & Sellamuthu, 2010. *Influence of service quality on customer satisfaction: application of servqual model. International journal of business and management*. Vol. 5 No. 4, 117-124
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary, 2014, *Principles of Marketing*, 12th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Management*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Kusaeri, (2012: 75), *Pengukuran dan Penilaian Pendidikan*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Sedarmayanti. 2014. *Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja*. Jakarta: Mandar Maju
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sunyoto, Danang. (2015). *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. Yogyakarta : CAPS (Centre of Academic Publishing Service).
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. CV Andi. Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy (2014). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Penelitian*. Penerbit Andi. Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius, 2016. *Service Quality and Satisfaction, Edisi 4*. Yogyakarta: Andi
- Trisnawati, O. M., & Fahmi, S. (2017). *Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik (E-Servqual) Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Mobile Banking (Studi pada Pengguna Mobile Banking Bank Sinarmas Cabang Malang)*. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 4(2), 174–184.
- Uma, Sekaran. 2006. *Research Methods For Business (Metode Penelitian untuk Bisnis)*. Edisi empat buku 1. Salemba Empat.
- Yuwinanto, H. P. (2015). *Privasi online dan keamanan data*. Palimpsest.
- Zeithaml, A., A. Parasuraman dan Leonard L. Berry, 1988, *SERQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Customer Perceptions of Service Quality*, *Journal of Retailing*.