

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan dari data yang telah diolah dan pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat di tarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif pada waktu pengiriman terhadap keputusan konsumen dalam berbelanja daring pada *shopee* di Surabaya.
2. Tidak terdapat pengaruh positif pada daya tanggap terhadap keputusan konsumen dalam berbelanja daring pada *shopee* di Surabaya.
3. Terdapat pengaruh positif pada kualitas layanan terhadap keputusan konsumen dalam berbelanja daring pada *shopee* di Surabaya
4. Terdapat pengaruh positif pada waktu pengiriman, daya tanggap dan kualitas layanan terhadap keputusan konsumen dalam berbelanja daring pada *shopee* di Surabaya.

#### **5.2 Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini memiliki keterbatasan antara lain :

1. Peneliti merasa sulit dalam penyebaran kuesioner dengan melalui *google form*, bahwa mencari responden sulit sehingga penyebaran *google form* banyak responden tidak mengisinya.
2. Data yang dikumpulkan melalui metode kuesioner, sehingga memungkinkan terjadinya pengisian kuesioner oleh responden yang tidak bersungguh-sungguh dan dapat menimbulkan hasil yang tidak maksimal.
3. Selain itu sinyal yang menjadi kendala dalam pengisian tersebut, dimana peneliti tidak bisa sehari langsung mendapatkan jawaban dari responden

yang menjadi sampel dalam penelitian ini. Butuh waktu satu minggu baru jawaban dari responden bisa terkumpul.

### **5.3 Saran**

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka dapat diberikan beberapa saran kepada pihak-pihak yang berhubungan dengan permasalahan dalam penelitian ini. Adapun saran-saran tersebut adalah:

#### **1. Bagi Masyarakat**

Untuk masyarakat pada jasa *online shop* adalah dengan menggunakan situs resmi yang terpercaya dan memilih kualitas barang yang tinggi ketika melakukan transaksi *online shop*. *Online shop* memberikan berbagai kemudahan dalam proses transaksinya oleh sebab itu disarankan kepada para pengguna jasa *online shop* harus lebih jeli memanfaatkan jasa tersebut dan memilih barang yang dapat digunakan secara fungsi barang tersebut.

#### **2. Bagi Peneliti selanjutnya**

Diharapkan pada peneliti selanjutnya dapat menambahkan jumlah sampel dan jumlah indikator yang di anggap penting pada setiap variabel yang akan digunakan. Hal ini bertujuan agar dapat meningkatkan keakuratan data.

## DAFTAR RUJUKAN

- Abdullah, Okay & Resul Ozturk (2019). The Effect Of On -Time Delivery On Customer Satisfaction And consumer decision In Channel Integration/ *Journal International Journal of Energy Economics and Policy*.10 (2). 48-56.
- Adinda Rizki Nasution ( 2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee Di Kota Medan (Studi Krakatau Medan). Skripsi Diterbitkan. Universitas Sumatera Utara
- Arfi, Sofyan. 2019. Analisis Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Starbucks (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta). Skripsi Diterbitkan. Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Aji Nugroho & Rizal Hari Magnadi. (2018). Pengaruh kualitas terhadap kepuasan pelanggan jasa pengiriman Lazada Express saat harbolnas di commerce. *Jurnal UNDIP*
- Aminah (2017). Analisis Pengaruh Faktor Ketepatan Waktu Pengiriman Barang Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pt Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Pangkalpinang). *Jurnal Ilmiah Progesif Manajemen Bisnis (JIPMB) Vol 17, No 2, September 2017. ISSN 2354-5682*
- Badan Pusat Statistik Jakarta Pusat , 2019. *Statistik Indonesia Tahun 2019*. Jakarta Pusat : Badan Pusat Statistik.
- Conny Ivana Sianturi , Dr. Endang S. Rini1 , Dr. Beby K. Fawzee Sembiring , Juhar Monang S. Tambun (2019). *The Influence of Service Quality and Promotion on Consumers' Repurchase Decision with Shopping Life Style as a Variable Moderating at Franchise Minimarket in Medan*. *Journal International Journal of Research & Review ( IJRR )*. Vol 6, Issue 5. May 2019.
- Daryanto dan Setyobudi, I. (2014). *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media.
- Fandy, Tjiptono dan Greforius, Chandra. (2017). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, dan Penelitian)*, Yogyakarta: Andi.

- Farikhah Nur Azizah, dkk (2021) Pengaruh Kualitas Layanan E-Commerce Shopee Terhadap Loyalitas Pengguna Shopee. JABEISTIK. Vol.1. No 1 Maret 2021.
- Handoko.2017.*Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Revisi Jakarta Bumi Aksara
- Hasnah Rimiyati, Dra., M.Si1 dan Dewi Amalia Yunitasari (2020). Pengaruh Kepercayaan, Daya Tanggap Dan Kualitas Pelayanan, Terhadap Keputusan Pelanggan Pada Situs Belanja Online Shopee. Skripsi Diterbitkan. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Ismawati ( 2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Daya tanggap Online Shopee Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unismuh Makassar. Skripsi Diterbitkan. Universitas Muhammadiyah Makassar
- Jacklin, M., Mandey, S., dan Tampenawas, J. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Matahari Departmen Store Mega Mall Manado. *Jurnal EMBA* Vol 7 No 1 Januari 2019.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 1. Alih bahasa: Bob sabran, MM. Jakarta :Erlangga
- Latifah Zulfa, Retno Hidayati. (2018). Analisis Pengaruh Persepsi Risiko, Kualitas Situs Web, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen E-Commerce Shopee di Kota Semarang. Diponegoro. *Journal Of Management*. 7 (3), Tahun 2018.2337 – 3792
- Parmin. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyaitas Pada PD. BPR Bank Pasar Kebumen. *Journal STIE Putra Bangsa*. Volume 7, No.2. 2015.
- Pusura, Michelle. 2018. Keandalan, daya tanggap dan empati pengaruhnya terhadap keputusan pembelian di princess cosmetic. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*. 1 (2) Juni 2016.
- Mumtaz, F. (2017). *Kupas Tuntas Metode Penelitian*. Jakarta: Pustaka Diantara.
- Revangelista Mambu Johny R. E. Tampi Danny D. S. Mukuan. 2021. Kepercayaan Konsumen, Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi E-Commerce Shopee di Kota Tondano. *Productivity*, 2 (1), 2021 e-ISSN. 2723-0112

Sudaryono. (2019). *Pengelolaan Dan Pengembangan Entrepreneurship*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu

Syaifullah, As'ad. (2018). "Pengaruh Financial Leverage dan Operating Leverage terhadap Stock Return Pada Perusahaan Manufaktur Di BEI". *Jurnal Ekonomi Keuangan dan Manajemen*. Vol. 14. No.2, ISSN: 0216-7786.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

Sugiyono. (2019). *In Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*). Bandung : Alfabeta.

Sylvia Okta Pradita & Arifin Sitio (2020) The Impact Of Brand Image And Service Quality On Buying Decisions And Its Implication On Consumer Satisfaction (Case Study At Pt Imi). *Journal Dinasti PUB DIJDBM*. Vol 1 Issue 3 April 2020.

Tjiptono, F. (2011). *Pelayanan, Kualitas dan Kepuasan*. Yogyakarta: Andi Publisher.

Wibowo,dkk (2019) . *Manajemen Kinerja* . Edisi Keempat . Jakarta : Rajawali Pers