

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dan hasil analisis data yang berkaitan dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian dalam penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel kualitas pelayanan elektronik (X) pada mahasantri Pondok Pesantren Pelajar Al-fath memiliki nilai rata-rata (mean) sebesar 60,08 dan standar deviasinya adalah 6,089. Berdasarkan nilai mean 60,08 maka dapat disimpulkan bahwa faktor kualitas pelayanan termasuk dalam kategori cukup baik karena berada di antara skor $57,03 \leq X < 63,12$.
2. Variabel keputusan pembelian (Y) pada mahasantri Pondok Pesantren Pelajar Al-fath memiliki nilai rata-rata (mean) sebesar 36,83 dan standar deviasinya 3,929. Nilai mean Berdasarkan nilai mean 36,83 maka dapat disimpulkan bahwa faktor kepuasan konsumen termasuk dalam kategori cukup karena berada berada diantara skor $34,86 \leq X < 38,79$.
3. Berdasarkan hasil analisis data, menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan elektronik (X) memiliki pengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) *marketplace* shopee pada mahasantri Pondok Pesantren Pelajar Al-fath. Hal ini dibuktikan hasil uji korelasi product moment pearson yang diperoleh sebesar 0,819. dan berada diantara

nilai 0,800-1,00. yang berarti tingkat korelasi antar kedua variabel sangat cukup baik. Selain itu pada hasil uji regresi linier sederhana diperoleh persamaan yaitu $Y = 5,093 + 0,528 X$ Sementara besarnya R square sebesar 0,670. Maka dapat disimpulkan bahwa 67,0% mahasiswa mengalami kepuasan jika belanja di Shopee dan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan elektronik sedangkan yang lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan dari penelitian diatas peneliti memberikan saran sebagai berikut yaitu:

1. Bagi *Marketplace* Shopee Indonesia

Hasil penelitian ini diharapkan dapat lebih mengetahui pengaruh apa sajakah menjadikan kualitas pelayanan elektronik terhadap kepuasan penggunaan Shopee, sehingga bermanfaat bagi perusahaan *marketplace* terutama shopee dalam mengelola bisnisnya dan dapat memberikan rumusan strategis sehingga perusahaan tidak kalah saing dengan perusahaan lain pada kelas yang sama dan dapat mempertahankan keunggulan yang kompetitif serta dapat mengembangkan *merketplacena* menjadi lebih kreatif, variatif, inovatif, dan dapat memberikan kepercayaan serta kenyamanan yang lebih pada konsumen. Dan juga sedikit masukan pada penggunaan sistem aplikasi lebih diperbaharui sehingga untuk loadingtimenya lebih

cepat lagi, tetap juga mempertahankan gratis ongkos kirim yang mana hal tersebut sebagai ciri khas Shopee, dan pada biaya administrasi atau penanganan lebih di perkecil untuk menarik kembali konsumen yang sudah berpindah dalam aplikasi dalam belanja, karena banyak konsumen yang mengeluhkan biaya penanganan yang membuat tambahan biaya dalam berbelanja.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dari penelitian ini dapat melakukan penelitian secara lebih mendalam faktor- faktor yang yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen di *marketplace* Shopee. Pada mahasiswa Pesantren Pelajar Al-Fath memperoleh kepuasan konsumen sebesar 67,0%. Diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan menggunakan variabel lain yaitu kualitas produk, promosi, dan promosi dan menghasilkan penelitian yang baik sesuai dengan perkembangan masa yang akan datang.

3. Bagi Konsumen

Bagi konsumen diharapkan bisa memberikan wawasan yang bersifat mengedukasi bahwa berbelanja secara *online* dapat dipercaya dan mudah, tetapi dengan praktisnya belanja *online* tidak membuat konsumen belanja terlalu banyak atau berlebih lebihan dan terutama pada konsumen Pondok Pesantren Pelajar Al-fath bahwasannya pesantren tempat mencari ilmu agama dimana hal ini tidak sesuai dengan yang dianjurkan dalam islam bahwa sebagai seorang muslim

harus memanfaatkan harta dengan sebaik-baiknya, seperti belanja sewajarnya sesuai kebutuhan.