

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas informasi dan kepercayaan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan dan niat membeli kembali *e-commerce* shopee pada masyarakat Bekasi, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas informasi terhadap kepuasan pelanggan sehingga H1 diterima. Artinya hal tersebut menunjukkan berkualitas sebuah informasi yang diberikan, maka semakin meningkat kepuasan pelanggan yang dirasakan oleh masyarakat Bekasi yang menggunakan *e-commerce* Shopee.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kepercayaan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan sehingga H2 diterima. Artinya hal tersebut menunjukkan nilai kepercayaan pelanggan yang besar, maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan yang dirasakan oleh masyarakat Bekasi yang menggunakan *e-commerce* Shopee
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kepuasan pelanggan terhadap niat membeli kembali sehingga H3 diterima. Hal tersebut

menunjukkan, semakin tinggi kepuasan pelanggan terhadap *e-commerce* shopee maka semakin tinggi niat untuk membeli kembali.

4. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas informasi terhadap niat membeli kembali sehingga H4 diterima. Artinya, menunjukkan dengan memberikan informasi yang berkualitas baik akan semakin meningkatkan niat untuk membeli kembali.
5. Tidak ada pengaruh positif dan signifikan antara kepercayaan pelanggan terhadap niat membeli kembali sehingga H5 ditolak. Hal tersebut menandakan rendahnya kepercayaan pelanggan tidak berpengaruh tpada niat membeli kembali

B. Implikasi

Berdasarkan penelitian di atas, peneliti mengemukakan implikasi dari beberapa variabel dibawah ini:

1. Pada variabel kualitas informasi, penelitian ini mendapatkan indikator dengan hasil paling banyak dipilih responden adalah indikator KI6 “E-commerce Shopee menyediakan informasi yang bermanfaat” Hal ini dapat diartikan bahwa informasi yang disediakan *e-commerce* shopee dapat bermanfaat untuk pelanggan. Dapat dikatakan bahwa informasi yang bermanfaat dapat meningkatkan kualitas informasi.
2. Pada variabel kepercayaan pelanggan, penelitian ini mendapatkan indikator dengan hasil paling banyak dipilih responden adalah indikator

K4“E-commerce Shopee dapat dipercaya”. Diartikan bahwa pelanggan percaya dengan *e-commerce* shopee. Maka bisa dikatakan bahwa pihak *e-commerce* harus meningkatkan kepercayaan sehingga dapat menumbuhkan rasa percaya pelanggan kepada shopee.

3. Pada variabel kepuasan pelanggan, penelitian ini mendapatkan indikator dengan hasil paling banyak dipilih responden adalah indikator KP2 “Saya senang dengan pengalaman membeli produk dari e-commerce Shopee” Hal ini dapat diartikan maka pelanggan senang dengan pengalaman membeli barang dari shopee. Dapat dikatakan bahwa pengalaman membeli dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.
4. Pada variabel niat membeli kembali, penelitian ini mendapatkan indikator dengan hasil paling banyak dipilih responden adalah indikator N2 “Saya ingin menggunakan kembali e-commerce Shopee untuk pembelian berikutnya” Hal ini dapat diartikan bahwa pelanggan ingin menggunakan shopee untuk pembelian berikutnya. Disimpulkan bahwa niat membeli kembali akan menentukan pembelian berikutnya.

C. Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian terdapat keterbatasan - keterbatasan yang peneliti hadapi, sehingga peneliti mengetahui banyak kekurangan saat melakukan penelitian, keterbatasan penelitian dibawah ini:

1. Penelitian ini hanya berpusat meneliti pengguna shopee yang bertempat tinggal di Bekasi, sehingga secara keseluruhan tidak bisa mewakili.
2. Penelitian yang dilakukan peneliti kurang maksimal karena waktu, tenaga, dan biaya yang terbatas.
3. Terdapat hasil hipotesis yang ditolak, yaitu pada hipotesis kelima yaitu kepercayaan pelanggan terhadap niat membeli kembali.

D. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi yang dikemukakan di atas, maka peneliti memiliki beberapa saran yang mungkin dapat bermanfaat dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dan niat membeli kembali e-commerce shopee pada masyarakat Bekasi:

1. Indikator terendah pada variabel kualitas informasi adalah indikator KI9 “E-commerce shopee menyediakan informasi yang terbaru”. Hal tersebut menunjukkan bahwa informasi yang disediakan oleh *e-commerce* shopee belum terbaru, sehingga peneliti kepada pihak *e-commerce* untuk lebih meningkatkan informasi yang diberikan kepada pelanggan.
2. Indikator terendah pada variabel kepercayaan pelanggan adalah indikator K2 “E-commerce shopee tidak berperilaku oportunistik”. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengguna *e-commerce* shopee merasa bahwa *e-commerce* shopee berperilaku oportunistik. Peneliti menyarankan kepada

pihak shopee tidak hanya mengejar keuntungan tapi juga meningkatkan kesejahteraan pelanggan dengan meningkatkan rasa percaya pelanggan,

3. Indikator terendah pada variabel kepuasan pelanggan adalah indikator KP 5“E-commerce shopee sangat memenuhi harapan saya”. Hal tersebut menunjukkan bahwa pelanggan *e-commerce* shopee merasa belum memenuhi harapan atau harapan yang diterima belum sesuai keinginan pelanggan. Sehingga peneliti menyarankan pihak *e-commerce* untuk mengembangkan faktor-faktor yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.
4. Indikator terendah pada variabel kepuasan pelanggan adalah indikator N4“Saya ingin mengunjungi kembali *e-commerce* shopee untuk membeli produk dalam waktu dekat”. Hal tersebut menunjukkan bahwa kemungkinan pelanggan tidak menggunakan *e-commerce* shopee dalam waktu yang dekat. Peneliti menyarankan kepada pihak shopee untuk lebih meningkatkan faktor-faktor yang dapat meningkatkan niat membeli kembali, terutama dalam dalam hal kualitas informasi dan kepercayaan pelanggan.

E. Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan hasil penelitian dan keterbatasan yang telah dipaparkan, maka peneliti merekomendasi untuk penelitian selanjutnya dalam meningkatkan

kepuasan pelanggan dan niat membeli kembali e-commerce shopee pada masyarakat Bekasi, perlu mempertimbangkan kembali hal-hal sebagai berikut.

1. Peneliti menggunakan populasi yang terbatas dalam penelitian ini hanya di daerah Bekasi sehingga peneliti selanjutnya direkomendasi untuk menjangkau lebih luas populasi penelitian.
2. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat memiliki lebih banyak waktu, tenaga, dan biaya. Dari segi waktu, penelitian selanjutnya diharapkan memiliki waktu sedikitnya minimal enam bulan. Dari segi tenaga, peneliti selanjutnya diharapkan dapat mempersiapkan diri sebelum melakukan penelitian.
3. Penelitian ini mendapatkan hasil satu hipotesis ditolak, pada hipotesis kelima yaitu kepercayaan pelanggan terhadap niat membeli kembali sehingga diharapkan peneliti selanjutnya memilih variabel yang lain, terdapat variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini. Penelitian selanjutnya disarankan untuk bisa menggunakan faktor yang lebih baik.