

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara kualitas layanan dan kualitas website terhadap niat beli ulang dengan mediasi kepercayaan pada konsumen Shopee. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat ditarik kesimpulan bahwa :

1. Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap niat beli ulang.
2. Kualitas website tidak berpengaruh positif terhadap niat beli ulang.
3. Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepercayaan.
4. Kualitas website berpengaruh positif terhadap kepercayaan.
5. Kepercayaan berpengaruh positif terhadap niat beli ulang.
6. Kepercayaan memediasi hubungan antara kualitas layanan dan niat beli ulang.
7. Kepercayaan memediasi hubungan antara kualitas website dan niat beli ulang.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberi saran sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan :
 - a. Meningkatkan kualitas layanan terlebih pada indikator empati yang memiliki nilai standar deviasi yang tinggi, yang artinya perhatian dan pemahaman terhadap pelanggan belum dirasakan secara merata. Oleh karena itu, perusahaan perlu memperketat pengawasan dengan menyusun SOP pelayanan yang lebih spesifik mengenai cara admin menyapa, mendengar keluhan, dan memberikan solusi kepada pelanggan. Hal ini diterapkan untuk memastikan bahwa nilai-nilai empati benar-benar dipraktekan secara konsisten.
 - b. Meningkatkan kestabilan server dan mengoptimalkan pemrosesan data pembayaran, khususnya pada awal kampanye besar (seperti tanggal kembar) untuk mencegah terjadinya crash, kegagalan pemuatan

halaman, atau error yang memicu kepanikan dan merusak kepercayaan konsumen.

- c. Menyediakan sistem notifikasi pengembalian dana instan jika terjadi kegagalan sistem pada website atau aplikasi saat proses checkout (misalnya karena gangguan sinyal internet) yang mengakibatkan saldo terpotong namun status pesanan error, Shopee harus meluncurkan sistem peringatan otomatis sesegera mungkin. Notifikasi tersebut harus memuat kalimat penjaminan yang transparan. Langkah ini sangat krusial untuk menjaga stabilitas konsumen daerah yang sangat sensitif terhadap resiko kehilangan uang.

2. Bagi peneliti berikutnya :

- a. Penelitian ini hanya berfokus pada Shopee sebagai salah satu e-commerce di Indonesia, untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk tidak berfokus tidak hanya pada platform Shopee, tetapi juga mencakup e-commerce lainnya, seperti Tokopedia, Lazada, Blibli, dll, untuk membandingkan pengaruh kualitas layanan, kualitas website, kepercayaan, dan niat beli ulang di berbagai platform yang memiliki karakteristik, fitur, dan target pasar yang berbeda.
- b. Penelitian ini hanya dilakukan pada satu wilayah, yaitu kabupaten Purbalingga, untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas wilayah cakupan responden agar hasil penelitian lebih general dan representatif.
- c. Penelitian ini memiliki keterbatasan pada pengambilan data yang menggunakan metode *cross sectional*. Peneliti hanya melakukan pengumpulan data dalam satu titik waktu tertentu sehingga hasil penelitian hanya mampu menggambarkan persepsi dan perilaku konsumen pada saat kuesioner disebarkan. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya disarankan untuk menggunakan pendekatan *longitudinal study* atau penelitian jangka panjang yang dilakukan secara berkala atau dalam beberapa periode waktu yang berbeda terhadap responden yang sama, guna memverifikasi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dalam model bersifat konsisten, atau mengalami pergeseran seiring dengan perubahan waktu, tren, dan dinamika pasar.