

## **BAB V**

### **PENUTUP**

Pada bab lima ini penulis akan mengambil kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan. Pada tahap selanjutnya, penulis merumuskan saran bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Kesimpulan dan saran tersebut adalah sebagai berikut:

#### **5.1. Kesimpulan**

Hasil penelitian dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengalaman membeli secara *online* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap niat membeli kembali produk di toko *online* Shopee. Semakin baik pengalaman konsumen saat membeli secara *online* di Shopee secara nyata akan meningkatkan niat konsumen untuk membeli kembali pada *marketplace* Shopee.
2. Kepercayaan membeli memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap niat untuk membeli kembali produk di toko *online* Shopee. Semakin tinggi tingkat kepercayaan konsumen saat membeli secara *online* di Shopee secara nyata akan meningkatkan niat konsumen untuk membeli kembali di *marketplace* Shopee
3. Kepuasan membeli memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap niat untuk membeli kembali produk di toko *online* Shopee. Semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen saat membeli secara *online* di Shopee secara nyata akan meningkatkan niat konsumen untuk membeli kembali di *marketplace* Shopee.

#### **5.2. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis merumuskan saran mengacu dari penilaian konsumen yang terendah pada setiap variabel penelitian sebagai berikut:

1. Pada variabel pengalaman pembelian, fokus perbaikan atau peningkatan dilakukan pada indikator “Toko *online* Shopee tulus

dan ramah kepada pelanggan”. Cara yang dapat dilakukan adalah dengan melatih dan meningkatkan kemampuan karyawan bagian *customer care* untuk dapat memberikan layanan secara personal dengan lebih baik. Karyawan bagian *customer care* harus mampu memberikan solusi pemecahan masalah yang baik dan menguntungkan bagi konsumen pada saat konsumen mengalami masalah dalam pembelian secara *online* di Shopee.

2. Pada variabel kepuasan pembelian, fokus perbaikan atau peningkatan dilakukan pada indikator “Saya merasa nyaman dengan melakukan pembelian di toko *online* Shopee”. Cara yang dapat dilakukan adalah dengan secara terus menerus memperbaiki fitur-fitur belanja *online* di Shopee untuk dapat lebih mudah digunakan (*user friendly*).
3. Pada variabel kepercayaan pembelian, fokus perbaikan atau peningkatan dilakukan pada indikator “Saya merasa aman selama bertransaksi di toko *online* Shopee”. Cara yang dapat dilakukan adalah dengan memperkuat sistem keamanan transaksi keuangan (pembayaran), akun rekening, maupun identitas diri konsumen. Sistem keamanan yang berlapis atau selalu terjaga akan memberikan perasaan aman bagi konsumen saat bertransaksi bisnis di *marketplace* Shopee.

### **5.3. Keterbatasan Penelitian.**

Penyebaran kuesioner menggunakan teknik *convenience sampling* dimana sampel penelitian adalah orang-orang yang berada di sekitar peneliti. Hal ini menjadikan sampel penelitian memiliki karakteristik yang relatif sama (homogen). Berdasarkan hal tersebut maka hasil penelitian ini tidak dapat digunakan untuk menggeneralisasikan konsumen *marketplace* Shopee yang memiliki karakteristik cukup heterogen. Berdasarkan hal tersebut maka baik pada penelitian sejenis di masa yang akan datang untuk menggunakan teknik penentuan sampel yang lebih mampu untuk

merepresentasikan konsumen *marketplace* Shopee yang heterogen tersebut.

