

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Mengacu hasil riset mengenai *Repurchase Intention* terhadap konsumen platform *e-commerce* Shopee yang mengacu pada *Electronic Service Quality*, *Customer Satisfaction*, dan *Customer Trust*, dapat disimpulkan beberapa poin penting seperti ini:

1. *Electronic Service Quality* ( $X_1$ ) tidak berkaitan dan tidak signifikan terhadap *Repurchase Intention* ( $Y$ ) pada konsumen platform *e-commerce* Shopee. Penelitian ini mengungkapkan bahwa kualitas layanan elektronik (*e-service quality*) tidak secara instan berdampak pada minat pembelian ulang di platform *e-commerce* Shopee. Sebaliknya, faktor-faktor seperti keamanan transaksi, penanganan keluhan, keakuratan informasi, dan perlindungan data konsumen memainkan peran lebih penting dalam mendorong konsumen untuk bertransaksi ulang. Oleh karena itu, Shopee perlu fokus pada peningkatan aspek-aspek ini untuk mempertahankan dan meningkatkan minat pembelian ulang pelanggan.
2. Terdapat keterkaitan positif dan signifikan antara *Customer Satisfaction* ( $X_2$ ) dan *Repurchase Intention* ( $Y$ ) pada konsumen platform *e-commerce* Shopee. Penelitian ini mengungkapkan bahwa Shopee berhasil memenuhi ekspektasi pelanggan dengan menyediakan platform yang *user-friendly*, layanan yang responsif, dan berbagai metode pembayaran. Kenyamanan, kemudahan, dan kualitas pelayanan yang ditawarkan Shopee berperan penting dalam mempertahankan kepuasan pelanggan dan mendorong minat mereka untuk terus berbelanja di platform ini.
3. Terdapat keterkaitan positif dan signifikan antara *Customer Trust* ( $X_3$ ) dan *Repurchase Intention* ( $Y$ ) pada konsumen platform *e-commerce* Shopee. Penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan pelanggan (*customer trust*) memainkan peran kunci dalam mendorong keputusan untuk berbelanja ulang

di Shopee. Shopee memenuhi ekspektasi pelanggan melalui jaminan transaksi aman, responsif terhadap keluhan, dan kemudahan dalam proses berbelanja. Selain itu, pengakuan dari pihak lain seperti supplier dan jasa pengiriman semakin meningkatkan kepercayaan pelanggan. Kepercayaan yang tinggi terhadap Shopee sebagai platform yang aman, nyaman, dan andal mendorong minat konsumen untuk melakukan pembelian ulang.

## 5.2 Saran

### a. Bagi Perusahaan

Di tengah persaingan ketat dengan penyedia layanan *e-commerce* lainnya, Shopee harus berfokus terhadap peningkatan dan pemeliharaan kualitas layanan. Hal ini mencakup investasi dalam teknologi yang dapat meningkatkan pengalaman pengguna, pelatihan staf layanan pelanggan untuk memberikan bantuan yang cepat dan efektif, serta pengembangan sistem logistik yang efisien untuk memastikan pengiriman secara tepat waktu.

Shopee juga perlu memperhatikan faktor-faktor yang mendukung *customer satisfaction*, seperti memberikan pelayanan sesuai dengan yang diharapkan oleh pelanggan, kemampuan dan performa yang baik terhadap kualitas platform *e-commerce* nya sehingga konsumen mendapat kemudahan dalam proses berbelanja seperti kemudahan mengakses platform *e-commerce*, tersedianya variasi metode pembayaran, kenyamanan dalam bertransaksi, serta pelayanan yang responsif. Selain itu, umpan balik (feedback) pelanggan harus dikelola dengan baik untuk mengidentifikasi area perbaikan dan inovasi layanan yang lebih memuaskan kebutuhan dan harapan konsumen.

Shopee harus memastikan transparansi dalam semua transaksi, termasuk informasi produk yang akurat dan jaminan uang kembali jika terjadi masalah. Menjaga keamanan data pelanggan dan memberikan perlindungan terhadap penipuan juga menjadi hal yang krusial. Program

loyalitas atau penghargaan kepada pelanggan setia dapat menjadi cara efektif untuk memperkuat kepercayaan dan mendorong minat pembelian ulang.

Dengan menjadikan kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan kepercayaan pelanggan sebagai prioritas utama, Shopee dapat memperkuat posisinya sebagai *market leader* dan juga membangun reputasi Shopee sebagai platform *e-commerce* yang terpercaya dan unggul dalam memberikan layanan terbaik kepada pelanggannya.

#### b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Berdasarkan kesimpulan akhir riset, masih terdapat kendala karena hanya menggunakan tiga variabel untuk menganalisis keterkaitan terhadap minat beli kembali (*repurchase intention*). Oleh karena itu, sangat dianjurkan untuk mempertimbangkan metode penelitian dan variabel tambahan guna memperoleh hasil analisis yang lebih kompleks dan menyeluruh. Dengan demikian, akan tercapai penggambaran yang lebih baik mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat beli kembali pada konsumen platform *e-commerce* Shopee.

Penelitian berikutnya juga disarankan untuk mengadopsi metodologi yang berbeda dan melibatkan variabel-variabel yang lebih luas sehingga menghasilkan wawasan dan pengetahuan secara mendalam bagi pembaca. Selain itu, memperluas kategori yang ada, serta mempertimbangkan penggunaan teknik penelitian seperti eksperimen, survei, atau studi kasus, pendekatan ini dapat memberikan pandangan baru dan memperkaya pembaca dengan fenomena yang diteliti.