

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap minat beli ulang pada *E-Commerce* Shopee, seperti yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, diperoleh simpulan dan saran sebagai berikut:

5.1 Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Beli Ulang Pada *E-Commerce* Shopee. Setelah melakukan analisis data pada bab sebelumnya, sebagaimana telah diuraikan pada bab sebelumnya maka diperoleh simpulan dari penelitian sebagai berikut :

1. Secara parsial, menunjukkan terdapat pengaruh kualitas pelayanan (X_1) terhadap minat beli ulang pada *E-Commerce* Shopee yang dibuktikan dari hasil pengolahan data menggunakan program SPSS 23.0, hasil analisis uji t diperoleh β_1 sebesar 3,065 dengan signifikansi sebesar 0,003 dari standar *error* yang ditetapkan yaitu sebesar 0,05, dengan nilai koefisien regresi kualitas pelayanan bernilai positif sebesar 0,141. Artinya, H_0 ditolak dan H_a diterima dengan bentuk pengaruhnya adalah positif dan signifikan. Hal ini membuktikan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang pada *E-Commerce* Shopee.
2. Secara parsial, menunjukkan terdapat pengaruh kepercayaan (X_2) terhadap minat beli ulang pada *E-Commerce* Shopee yang dibuktikan dari hasil pengolahan data menggunakan program SPSS 23.0, hasil analisis uji t diperoleh β_2 sebesar 3,843 dengan signifikansi sebesar 0,000 dari standar *error* yang ditetapkan yaitu sebesar 0,05, dengan nilai koefisien regresi kepercayaan bernilai positif sebesar 0,225. Artinya, H_0 ditolak dan H_a diterima dengan bentuk pengaruhnya adalah positif dan signifikan. Hal ini membuktikan bahwa

variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang pada *E-Commerce* Shopee.

3. Secara parsial, menunjukkan terdapat pengaruh kepuasan pelanggan (X_3) terhadap minat beli ulang pada *E-Commerce* Shopee Di yang dibuktikan dari hasil pengolahan data menggunakan program SPSS 23.0, hasil analisis uji t diperoleh β_3 sebesar 4,236 dengan signifikansi sebesar 0,000 dari standar *error* yang ditetapkan yaitu sebesar 0,05, dengan nilai koefisien regresi kepuasan pelanggan bernilai positif sebesar 0,204. Artinya, H_0 ditolak dan H_a diterima dengan bentuk pengaruhnya adalah positif dan signifikan. Hal ini membuktikan bahwa variabel kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang pada *E-Commerce* Shopee.
4. Variabel kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan pelanggan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang *E-Commerce* Shopee. Hal tersebut dapat dibuktikan dari hasil uji analisis F hitung atau hasil uji F (anova) dimana nilai F hitung sebesar 35,398 dengan signifikan 0,000. Nilai F hitung sebesar $35,398 > \text{nilai } F_{\text{tabel}} (\alpha = 0,05; df = 2; df_2 = 97) = 3,09$, Sehingga nilai $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ atau $35,398 > 3,09$. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan pelanggan dapat dipakai dalam model regresi berganda untuk memprediksi terhadap minat beli ulang *E-Commerce* Shopee. Hasil uji hipotesis melalui regresi berganda dengan program SPSS 23.0 diperoleh kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang. Hasil ini dibuktikan dengan persamaan regresi $Y = 20,052 + 0,141 X_1 + 0,225 X_2 + 0,204 X_3$ yang artinya adalah ketiga variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang. Penelitian ini memberikan informasi bahwa Koefisien determinasi (Adjusted R square) sebesar 0,510 atau 51%. Dari hasil Adjusted R square berarti besarnya kontribusi atau sumbangan secara simultan dari variabel kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan pelanggan adalah sebesar 51%. Untuk

itu perlu adanya penelitian lebih lanjut tentang faktor-faktor lain yang mempengaruhi minat beli ulang.

5.2 Saran

Penulis memberikan saran berdasarkan fenomena yang terjadi terkait dengan penelitian ini dengan harapan dapat bermanfaat dan berguna bagi pihak yang berkepentingan sebagai berikut :

1. Dari hasil kuesioner variabel kualitas pelayanan (X_1) harus di perhatikan kembali, hal ini disebabkan oleh nilai rata-rata persentase capaian jawaban skor terendah terdapat pada indikator *Responsiveness* (Daya Tanggap) dengan skor jawaban yaitu sebesar 376. Sehingga shopee masih perlu memperbaiki daya tanggap kepada konsumen agar lebih cepat ketika ada yang komplan, agar konsumen bersedia untuk membeli ulang kembali produk di shopee.
2. Dari hasil kuesioner variabel kepercayaan (X_2) harus di perhatikan kembali, hal ini disebabkan oleh nilai rata-rata persentase capaian jawaban skor terenda terdapat pada indikator *Benevolene* (Kesungguhan) dengan skor jawaban yaitu 372. Maka shopee harus lebih berusaha untuk membangun rasa kepercayaan konsumen terhadap shopee, agar konsumen bersedia untuk membeli ulang kembali produk di shopee.
3. Dari hasil kuesioner variabel kepuasan pelanggan (X_3) harus di perhatikan kembali, hal ini disebabkan oleh nilai rata-rata persentase capaian jawaban skor terendah terdapat pada indikator kualitas produk dengan skor jawaban yaitu 376. Maka shopee harus lebih teliti untuk memberikan informasi produk apakah informasinya sudah sesuai dengan produk tesebut, agar konsumen konsumen tidak merasa dibohongi.
4. Peneliti selanjutnya diharapkan untuk mengkaji lebih banyak sumber maupun referensi yang terkait dengan minat beli ulang serta lebih mempersiapkan diri dalam proses pengambilan dan pengumpulan data sehingga penelitian dapat terlaksana dengan baik. Untuk melengkapi penelitian ini, maka disarankan bagi peneliti yang ingin melanjutkan penelitian dengan meneliti variabel bebas lainnya yang memiliki potensi berpengaruh pada Variabel minat beli ulang.