

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang telah di jelaskan pada bab sebelumnya, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari hasil analisis dengan metode analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan konsumen marketplace shopee (studi kasus mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas buana perjuangan karawang) dapat di tarik kesimpulan bahwa dari 20 sub variabel dapat direduksi menjadi 6 faktor yaitu faktor kompensasi, privasi, efisiensi, reliability, fulfillment dan responsiveness.
2. Melalui analisis faktor dapat diperoleh enam faktor yang berpengaruh paling dominan terhadap kualitas layanan marketplace shopee, faktor-faktor tersebut adalah:

Faktor 1 kompensasi : pengembalian barang ketika produk salah atau rusak, kompensasi pengembalian dana ketika barang tidak sesuai atau rusak , kompensasi pengembalian barang ketika barang tidak sesuai atau rusak, kecepatan melayani keluhan , tersedia call centre 24 jam untuk melayani konsumen.

Faktor 2 privasi : fasilitas gratis ongkir, kelengkapan produk, data pribadi konsumen terlindungi, data transaksi konsumen terlindungi.

Faktor 3 efisiensi : kemudahan pelanggan untuk mengakses website, kemudahan pelanggan dalam bertransaksi, kemudahan pelanggan untuk menemukan produk, kemudahan transaksi shopee.

Faktor 4 reliability : shopee update dalam memberikan informasi terbaru, perlindungan data konsumen melalui kartu kredit.

Faktor 5 fulfilment : kemudahan konsumen untuk memuat halaman Shopee, pengiriman barang tepat waktu, kesesuaian produk dengan deskripsi, cara mencari dan melihat produk shopee menarik.

Faktor 6 responsiveness : kecepatan pelayanan. Faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi kualitas pelayanan marketplace shopee adalah faktor kompensasi dan privasi.

5.2 SARAN

Beberapa saran yang dapat peneliti sampaikan berdasarkan analisis yang telah dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Saran yang dapat diberikan kepada Marketplace Shopee berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan yaitu, sebaiknya kualitas pelayanan lebih diutamakan dalam meningkatkan pengguna marketplace Shopee supaya konsumen tidak berpindah ke marketplace lain. Yaitu dengan cara mempertahankan serta meningkatkan kualitas pelayanan yang sudah ada. Faktor kompensasi dalam penelitian ini adalah faktor yang paling dominan, karna faktor tersebut yang paling mempengaruhi kualitas pelayanan marketplace shopee.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel lain yang mempengaruhi kualitas pelayanan perusahaan yang tidak diteliti dalam penelitian ini dan menjadikan penelitian ini sebagai acuan penelitian selanjutnya.



KARAWANG