

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat dikemukakan beberapa kesimpulan penelitian sebagai berikut :

1. Kepercayaan secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen shopee di 4 desa Sungai Liuk. Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2,558 > 1,99167$) dengan nilai signifikansi sebesar 0,013 ($Sig < 0,05$). Dan besarnya pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan konsumen shopee di 4 desa Sungai Liuk adalah sebesar 12,14%.
2. Kemudahan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen shopee di 4 desa Sungai Liuk. Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($10,030 > 1,99167$) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($Sig < 0,05$). Dan besarnya pengaruh kemudahan terhadap kepuasan konsumen shopee di 4 desa Sungai Liuk adalah sebesar 60,81%.
3. Pengalaman berbelanja secara parsial tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen shopee di 4 desa Sungai Liuk. Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} ($-2,425 < -1,99167$) dengan nilai signifikansi sebesar 0,158 ($Sig > 0,05$). Dan besarnya pengaruh pengalaman berbelanja terhadap kkepuasan konsumen shopee di 4 desa Sungai Liuk adalah sebesar -6,3%.
4. Terdapat pengaruh positif kepercayaan, kemudahan dan pengalaman berbelanja secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen shopee di 4 desa Sungai Liuk. Hal ini dibuktikan dengan nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($50,675 > 2,725$) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($Sig < 0,05$). Dan besarnya pengaruh kepercayaan, kemudahan dan pengalaman berbelanja terhadap kepuasan konsumen shopee di 4 desa Sungai Liuk

adalah sebesar 66,7%. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 33,3% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam model penelitian ini.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan serta kesimpulan yang telah dikemukakan, berikut ini beberapa saran yang diharapkan dapat meningkatkan kepuasan KonsumenShopee di 4 Desa Sungai Liuk adalah sebagai berikut:

1. Kepercayaankonsumen shopee di 4 desa sungai liuk sudah baik, namun kepercayaan masih ada yang perlu ditingkatkan pada indikator *ability* (kemampuan) yang mendapat nilai rata-rata dan TCR terendah, maka dapat ditingkatkan dengan cara meningkatkan dan memperhatikan penilaian terkini atas apa yang dapat dilakukan seseorang. Dalam hal ini bagaimana penjual mampu meyakinkan pembeli dan memberikan jaminan kepuasan dan keamanan ketika bertransaksi.
2. Kemudahan shopee di 4 desa sungai liuk sudah cukup baik, namun kemudahan penggunaan shopee masih ada yang perlu ditingkatkan pada indikator *easy to use* (mudah digunakan)yang mendapat nilai rata-rata dan TCR terendah, maka dapat ditingkatkan dengan cara lebih memperhatikan system baru yang lebih mudah dimengerti dan digunakan oleh segala jenjang usia yang ingin berbelanja khususnya untuk kalangan ibu-ibu.
3. Pengalaman berbelanja konsumen shopee di 4 desa sungai liuk sudah cukup baik, namun pengalaman berbelanja konsumen shopee di 4 desa sungai liuk masih ada yang perlu ditingkatkan pada indikator risiko yang mendapat nilai rata-rata dan TCR terendah, maka dapat ditingkatkan dengan cara memeperhatikan risiko yang didapatkan oleh konsumen khususnya dalam hal penerimaan produk di tangan konsumen dengan baik yang akan eminimalisir resiko yang diterima konsumen.

4. kepuasan konsumen shopee di 4 desa sungai liuk termasuk dalam kategori cukup baik dengan rata-rata variable sebesar 3,81 dan TCR sebesar 76,13%. Maka dari itu shopee memperhatikan kepuasan konsumendengan cara lebih memperhatikan kepercayaan, kemudahan dan pengalaman berbelanja yang diperoleh karena besar pengaruh dari variabel kepercayaan, kemudahan dan pengalaman berbelanja mencapai 66,7%.

