

## **BAB 5**

### **PENUTUP**

#### **A. Simpulan**

Dari analisis dan pembahasan yang digunakan sesuai pada hipotesis pada bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel sikap berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen untuk belanja *online* di Shopee Mojokerto dengan nilai  $t$  hitung sebesar  $6.386 > t$  tabel  $1.984$  dengan tingkat signifikansi  $0.000$ .
2. Variabel Nilai tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen untuk belanja *online* di Shopee Mojokerto dengan nilai  $t$  hitung sebesar  $-0.336 < t$  tabel  $1.984$  dengan tingkat signifikansi  $0.737$ .
3. Variabel Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen untuk belanja *online* di Shopee Mojokerto dengan nilai  $t$  hitung variabel sebesar  $-3.278 < t$  tabel  $1.984$  dengan tingkat signifikansi  $0.001$ .
4. Variabel Sikap, Nilai, dan Kepercayaan bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen untuk belanja *online* di Shopee Mojokerto dengan nilai  $F_{hitung}$  ( $13.854$ )  $>$   $F_{tabel}$  ( $2.70$ ) dengan tingkat signifikansi  $0.000$ .

#### **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang didapatkan sebagai berikut :

#### 1. Bagi Shopee

Shopee seharusnya lebih menciptakan nilai yang positif, agar calon konsumen yang akan membeli produk di shopee lebih yakin setelah melihat produk di shopee yang dapat di percaya.

#### 2. Bagi Penjual

Penjual diharapkan lebih sering untuk mengupdate barang-barang yang mereka jual dan memberikan deskripsi yang sesuai dengan keadaan produk serta memberikan respon yang baik kepada konsumen, supaya konsumen lebih nyaman dalam berbelanja di shopee.

#### 3. Bagi Calon Pembeli

Calon pembeli diharapkan lebih teliti dan memperhatikan deskripsi produk, tidak tergesa-gesa dalam memutuskan pembelian, tidak tergiur harga murah, memperhatikan penilaian dari pembeli sebelumnya. Supaya calon pembeli tidak merasa kecewa atas barang yang mereka beli.

#### 4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya dapat dilakukan penelitian dengan variabel bebas lain, sehingga variabel yang mempengaruhi terhadap kepuasan konsumen di online shop shopee Mojokerto dapat teridentifikasi lebih banyak lagi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anindita, Endah Kusumawardani L. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian *Online Shop* (Studi Kuantitatif di Kalangan Siswi Kelas XI IPS 3 SMA Negeri 4 Surakarta melalui *online shop* di Instagram). Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Arikunto, Suharsimi. (2012). *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Dirgantara Wara. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai pelanggan Terhadap Kepuasan Pengunjung Museum Kartini Jepara. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang Tahun 2013.
- Etta Mamang sangadji & Sopiah. Perilaku Konsumen ; Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian, C.V ANDI OFFSET (Penerbit ANDI), Yogyakarta 2013.
- Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Stikubank Semarang. Jurnal Teknologi Informasi DINAMIK Volume 17, No.1, Januari 2012 : 46-58 ISSN : 0854-9524.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- J. Paul Peter / Jerry C. Olson, Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran 2 (E9), Salemba Empat – 2010.
- Khusaini Ahmad. Analisa Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Spa Club Arena Yogyakarta. Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta Tahun 2016.
- Kotler, Philip dan Keller K.L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip. Dan Keller. Kevin Lane, (2018) *Manajemen Pemasaran* edisi 12, INDEKS PT, [www.indeks-penerbit.com](http://www.indeks-penerbit.com).
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin (2007), *Manajemen Pemasaran*, terjemahan Bambang Sarwaji, Benyamin Molan Dan Jenni Purba. Edisi kedua belas jilid 1, Jakarta : PT. INDEKS.
- Kotler, Philip. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Meidita, Yusrini, Suprpto, Rokhmawati Retno Indah. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan, Kepercayaan dan Loyalitas Pelanggan pada *ECommerce (Studi Kasus : Shopee)*. Jurnal Fakultas Ilmu Komputer. Universitas Brawijaya Vol.2, No.11, November 2018, hlm.5682-5690.

- Mochamad Malik Akbar Rohandi Effectiveness C2C E-Commerce Media In Bandung (Case study at Tokopedia.com and Bukalapak.com) Fakultas Ekonomi dan Bisnis-Manajemen, Universitas Islam Bandung (Unisba).
- Muhammad Fakhri Nugroho Pengaruh Service Quality Terhadap Kepuasan Konsumen Honda Utama Motor Yogyakarta. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta Tahun 2016.
- Nasrullah Yusuf. Strategi Membangun Nilai Jasa Dan Kepercayaan Pelanggan, Nazir, Moh. (2009). *Metode Penelitian*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Nugroho J. setiadi. Perilaku Konsumen, Prenada Media – 2018.
- Putu Sonia Chandra Devi, Sulistyawati. Peran Customer Satisfaction Memediasi Pengaruh Online Trust Terhadap Repurchase intention (Studi pada Konsumen *Florist Online* di Kota Denpasar). Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 7, No. 6, 2018: 2856-2886 ISSN: 2302-8912. DOI: <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2018.v7.i06.p1>.
- Ratih Hurriyati. Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen Richard F. Gerson, Kepuasan Pelanggan, PPM – 2014.
- Riduwan. (2015). *Dasar-Dasar Statistika*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2009). *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Suhari, Yohanes, Redjeki Rara Sri Artati, dan Handoko Tri Widiyanto. Perilaku Konsumen Online (Pengaruh Nilai, Kepuasan, dan Inersia Terhadap Loyalitas).
- Suryani, Tatik. (2012). *Perilaku Konsumen, Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Tjiptono, Fandy. (2007). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Yogyakarta : Penerbit ANDI.
- Wastha, basu. 2007. Manajemen pemasaran analisa perilaku konsumen. Yogyakarta: BPF.
- Wibowo Ari Susanto. Pengaruh Harga ,Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan di Kota Purwokerto. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang Tahun 2013.
- Wijaya, Tony. (2013). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta : Graha Ilmu.