

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Mengacu kepada pembahasan sebelumnya mengenai variabel penelitian yaitu *e-service quality* dan keputusan pembelian, peneliti merumuskan kesimpulan, yang terdiri dari :

1. *Reliability* (X1) yang termasuk dalam *e-service quality* menunjukkan implikasi nyata secara parsial kepada keputusan pembelian konsumen dengan lingkup *marketplace* Shopee di Wilayah Mojokerto.
2. *Responsiveness* (X2) yang termasuk dalam *e-service quality* menunjukkan implikasi nyata secara parsial kepada keputusan pembelian konsumen dengan lingkup *marketplace* Shopee di Wilayah Mojokerto.
3. *Assurance* (X3) yang termasuk dalam *e-service quality* menunjukkan implikasi nyata secara parsial kepada keputusan pembelian konsumen dengan lingkup *marketplace* Shopee di Wilayah Mojokerto.
4. *Empathy* (X4) yang termasuk dalam *e-service quality* menunjukkan implikasi nyata secara parsial kepada keputusan pembelian konsumen dengan lingkup *marketplace* Shopee di Wilayah Mojokerto.
5. *Tangibles* (X5) yang termasuk dalam *e-service quality* menunjukkan implikasi nyata secara parsial kepada keputusan

pembelian konsumen dengan lingkup *marketplace* Shopee di Wilayah Mojokerto.

6. Kesemua variabel, mulai *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy*, dan *Tangibles* berimplikasi nyata secara serentak (simultan) kepada keputusan pembelian konsumen dengan lingkup *marketplace* Shopee di Wilayah Mojokerto.

5.2. Saran

Mengacu rumusan kesimpulan yang telah diambil, peneliti merumuskan pula saran yang dapat dipergunakan untuk beberapa pihak, yang terdiri dari :

1. Pelaku Usaha

Data penelitian yang menunjukkan adanya implikasi dari *e-service quality* kepada keputusan pembelian konsumen, dapat dijadikan dasar dalam mengambil keputusan khususnya pelaku usaha yang menggunakan *platform* Shopee dalam memasarkan dan menjualkan produknya. Selain hal tersebut, manajemen Shopee juga dapat menjadikan data yang ada untuk membuat inovasi, promo, sampai fitur untuk menjaga *e-service quality* sehingga konsumen menggunakan Shopee dalam melakukan transaksi *online*, tidak berpaling ke *platform* lainnya.

2. Peneliti Selanjutnya

Diharapkan untuk menggunakan variabel ataupun mengkombinasikan dengan variabel lainnya yang tidak disebutkan dalam penelitian ini, sehingga mendapatkan data yang lebih akurat

khususnya mengenai keputusan pembelian konsumen. Selain hal tersebut, penelitian ini juga dapat diteruskan dengan menerapkan sumber data yang berbeda baik dari sisi *platform* ataupun besaran responden.