

BAB V

PENUTUP

1.1. Kesimpulan

Berdasarkan uji hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Berdasarkan hasil perhitungan statistik uji parsial, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada toko online Shopee, hal tersebut dibuktikan dengan nilai t_{hitung} sebesar 0,488 dengan nilai signifikansi 0,627. Hasil tersebut menunjukkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($0,488 < 1,980$) dan nilai signifikansi kualitas produk lebih besar ($0,627 > 0,05$).
2. Berdasarkan hasil perhitungan statistik uji parsial, maka dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada toko online Shopee, hal tersebut dibuktikan dengan nilai t_{hitung} adalah sebesar 5,339 dengan nilai signifikansi 0,000. Hasil tersebut menunjukkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,339 > 1,980$) dan nilai signifikansi harga lebih kecil ($0,000 < 0,05$).
3. Berdasarkan hasil perhitungan statistik uji parsial, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada toko online Shopee, hal tersebut dibuktikan dengan nilai t_{hitung} sebesar 4,287 dengan nilai signifikansi 0,000. Hasil tersebut menunjukkan t_{hitung}

$> t_{\text{tabel}}$ ($4,287 > 1,980$) dan nilai signifikansi kualitas pelayanan lebih kecil ($0,000 < 0,05$).

4. Berdasarkan hasil perhitungan statistik uji simultan (bersama-sama), nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan F_{hitung} pada tabel hasil Uji F coefficients sebesar $60,607 > 2,68$. Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan secara simultan (bersama-sama) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan toko online Shopee pada mahasiswa reguler prodi manajemen Universitas Muhammadiyah Semarang 2018.
5. Berdasarkan uji Koefisien Determinasi (R^2) bahwa nilai nilai Adjusted R square sebesar 0,602 yang menunjukkan bahwa variabel independen yaitu kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan mampu menjelaskan variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan sebesar 60,2% sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak terdapat dalam penelitian ini.
6. Dari hasil analisis diperoleh persamaan regresi linier berganda yaitu $Y = 1,398 + 0,031X_1 + 0,319X_2 + 0,309X_3 + e$

Interpretasi dari persamaan model regresi di atas, sebagai berikut :

1. Konstanta (β_0) = 1,398 menunjukkan besarnya pengaruh semua variabel bebas terhadap variabel terikat. Apabila variabel bebas konstan, maka nilai kepuasan pelanggan sebesar 1,398.
2. Nilai Koefisien Kualitas Produk (β_1) = 0,031 menunjukkan bahwa apabila kualitas produk meningkat satu satuan, maka akan menurunkan kepuasan pelanggan sebesar 0,031 dengan asumsi variabel lain konstan.

3. Nilai Koefisien Harga (β_2) = 0,319 menunjukkan bahwa apabila harga meningkat satu satuan, maka akan meningkatkan pula kepuasan pelanggan sebesar 0,319 dengan asumsi variabel lain konstan.
4. Nilai Koefisien Kualitas Produk (β_3) = 0,309 menunjukkan jika kualitas pelayanan meningkat satu satuan, maka akan meningkatkan pula kepuasan pelanggan sebesar 0,309 dengan asumsi variabel lain konstan.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan serta keterbatasan penelitian, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

Dengan adanya hasil penelitian yang menyatakan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan toko online Shopee, pihak toko online Shopee dapat meningkatkan kualitas produk dengan meningkatkan jumlah penjual yang memiliki penilaian produk yang baik. Dengan begitu, dapat memperkuat persepsi pelanggan bahwa kualitas produk yang ditawarkan oleh toko online Shopee merupakan produk yang memiliki kualitas yang baik. Pada variabel harga, apabila toko online Shopee terus menawarkan produk dengan harga terjangkau serta kesesuaian harga dengan kualitas dan manfaat, maka pembelian yang dilakukan oleh pelanggan akan semakin meningkat. Pada variabel kualitas pelayanan, apabila toko online Shopee terus melakukan kualitas pelayanan yang memuaskan, maka pelanggan akan semakin tertarik untuk melakukan pembelian.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Bagi peneliti selanjutnya, alangkah baiknya apabila memperluas variabel yang diamati. Misalnya dengan menambahkan variabel kepercayaan, promosi, dan sebagainya. Dengan harapan hasil penelitian selanjutnya dapat lebih baik.
- b. Populasi dan sampel penelitian lebih diperluas, tidak hanya kalangan mahasiswa namun juga kalangan karyawan, ibu rumah tangga, dan sebagainya, agar hasil penelitian selanjutnya dapat lebih baik.