

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai efektivitas layanan keluhan dan rating konsumen terhadap kepuasan pelanggan Shopee Indonesia dengan mempertimbangkan peran mediasi komitmen afektif, dapat disimpulkan bahwa layanan keluhan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Meskipun Shopee menyediakan layanan keluhan, efektivitasnya dalam meningkatkan kepuasan pelanggan masih terbatas. Faktor seperti lambatnya respons customer service, kurangnya solusi yang tepat, serta ketidakjelasan dalam penanganan keluhan menjadi alasan utama mengapa layanan keluhan tidak mampu meningkatkan kepuasan pelanggan secara langsung. Dalam ekosistem e-commerce yang kompetitif, pelanggan lebih mengutamakan pengalaman belanja yang lancar dibandingkan bergantung pada layanan keluhan setelah mengalami masalah. Oleh karena itu, Shopee perlu meningkatkan efektivitas layanan keluhan dengan mempercepat waktu respons, memberikan solusi yang lebih akurat, serta meningkatkan transparansi dalam komunikasi dengan pelanggan agar dapat menciptakan pengalaman yang lebih positif.

Rating konsumen terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, namun dengan arah negatif. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin banyak rating yang diberikan pelanggan, belum tentu meningkatkan kepuasan mereka. Salah satu penyebabnya adalah adanya praktik manipulasi rating, di mana beberapa penjual menggunakan strategi tertentu untuk

meningkatkan rating secara tidak autentik. Selain itu, ulasan negatif yang tersebar di platform e-commerce dapat membentuk persepsi pelanggan sebelum mereka benar-benar mengalami transaksi. Ketika pelanggan menemukan banyak ulasan negatif, mereka cenderung merasa kurang puas meskipun belum mengalami masalah secara langsung. Oleh karena itu, Shopee perlu meningkatkan validitas sistem rating dengan mengurangi penyalahgunaan rating palsu dan meningkatkan transparansi dalam sistem ulasan agar pelanggan dapat memperoleh informasi yang lebih akurat dalam mengambil keputusan pembelian.

Komitmen afektif terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin kuat keterikatan emosional pelanggan terhadap Shopee, semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang mereka rasakan. Pengalaman positif yang berulang, kepercayaan terhadap platform, serta persepsi bahwa Shopee memberikan nilai tambah bagi pelanggannya berkontribusi dalam membangun loyalitas emosional. Keterikatan emosional ini menciptakan rasa percaya dan kenyamanan yang dapat mendorong pelanggan untuk tetap menggunakan Shopee meskipun mengalami beberapa kendala dalam transaksi. Oleh karena itu, Shopee perlu memperkuat keterlibatan pelanggan melalui program loyalitas, meningkatkan personalisasi layanan, serta membangun komunikasi yang lebih interaktif untuk memperdalam hubungan emosional dengan pelanggannya.

Hasil uji mediasi menunjukkan bahwa komitmen afektif tidak berperan sebagai mediator dalam hubungan antara layanan keluhan dan rating konsumen

terhadap kepuasan pelanggan. Ini berarti bahwa meskipun pelanggan memiliki keterikatan emosional dengan Shopee, hal tersebut tidak cukup untuk mengubah pengaruh layanan keluhan dan rating konsumen terhadap kepuasan mereka. Dengan kata lain, loyalitas emosional tidak dapat sepenuhnya menutupi ketidakpuasan pelanggan yang disebabkan oleh layanan keluhan yang kurang responsif atau sistem rating yang tidak sepenuhnya terpercaya. Oleh karena itu, Shopee tidak bisa hanya bergantung pada loyalitas pelanggan dalam meningkatkan kepuasan mereka, tetapi juga harus memperbaiki kualitas layanan secara konkret.

Temuan ini memberikan beberapa implikasi bagi Shopee dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Peningkatan responsivitas layanan keluhan menjadi faktor penting agar pelanggan merasa dihargai dan mendapatkan solusi yang sesuai dengan masalah yang mereka hadapi. Penyempurnaan sistem rating dan ulasan juga diperlukan untuk memastikan transparansi dan keandalan informasi yang diberikan kepada pelanggan dalam mengambil keputusan pembelian. Selain itu, strategi peningkatan komitmen afektif melalui program loyalitas, pengalaman belanja yang lebih personal, serta interaksi yang lebih erat dengan pelanggan dapat membantu meningkatkan kepuasan mereka. Shopee perlu mengadopsi pendekatan yang lebih holistik dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memperbaiki seluruh aspek layanan, bukan hanya mengandalkan loyalitas pelanggan sebagai faktor utama. Dengan memahami faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan, Shopee dapat

mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan daya saingnya di industri e-commerce yang semakin kompetitif.

1. Implikasi Teoritis

Hasil penelitian ini memperkuat teori mengenai kepuasan pelanggan dalam konteks e-commerce, khususnya yang berkaitan dengan peran layanan keluhan dan rating konsumen dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Studi ini juga menambah wawasan tentang pentingnya komitmen afektif dalam membentuk hubungan jangka panjang antara pelanggan dan platform e-commerce.

2. Implikasi Praktis

Bagi Shopee dan platform e-commerce lainnya, penelitian ini memberikan beberapa implikasi praktis:

1. Peningkatan Kualitas Layanan Keluhan:

- Shopee perlu mempercepat respons layanan pelanggan dengan meningkatkan jumlah layanan pelanggan dan menerapkan sistem otomatis berbasis kecerdasan buatan (AI).
- Perlu adanya sistem tracking keluhan agar pelanggan dapat mengetahui status penyelesaian keluhan mereka secara real-time.
- Meningkatkan pelatihan customer service agar lebih responsif dan solutif dalam menangani permasalahan pelanggan.

2. Penguatan Validitas dan Transparansi Sistem Rating:

- Shopee perlu memperkuat sistem deteksi ulasan palsu dengan

algoritma AI yang dapat menyaring ulasan tidak valid atau mencurigakan.

- Memberikan insentif kepada pelanggan yang memberikan ulasan asli dan berkualitas setelah melakukan transaksi.
- Menindak tegas penjual yang terbukti memanipulasi rating dengan cara memberikan sanksi atau pemblokiran akun.

3. Meningkatkan Loyalitas Pelanggan melalui Komitmen Afektif:

- Shopee dapat mengembangkan program loyalitas, seperti poin reward, promo eksklusif, dan layanan pelanggan prioritas bagi pelanggan setia.
- Meningkatkan engagement dengan pelanggan melalui fitur personalisasi dan komunikasi langsung, misalnya melalui notifikasi khusus atau penawaran yang disesuaikan dengan preferensi pelanggan.

4. Meningkatkan Transparansi dan Akuntabilitas dalam Penanganan Keluhan:

- Shopee dapat memberikan estimasi waktu penyelesaian keluhan yang lebih jelas untuk menghindari ketidakpuasan pelanggan.
- Menyampaikan umpan balik sistem setelah keluhan terselesaikan untuk memastikan pelanggan puas dengan solusi yang diberikan.

5. Peningkatan Kualitas Produk dan Pelayanan Penjual di Shopee:

- SHOPEE perlu mengedukasi penjual mengenai pentingnya

memberikan layanan yang berkualitas serta bagaimana meningkatkan rating secara organik melalui pelayanan yang baik.

- Memberikan sistem verifikasi bagi penjual dengan reputasi tinggi agar pelanggan dapat dengan mudah mengenali toko yang terpercaya.

Dengan menerapkan langkah-langkah ini, Shopee dapat meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya akan meningkatkan loyalitas pelanggan dan daya saing platform di industri e-commerce

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai efektivitas layanan keluhan dan rating konsumen terhadap kepuasan pelanggan Shopee Indonesia, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan untuk perbaikan di masa mendatang. Shopee perlu meningkatkan efektivitas layanan keluhan dengan memastikan respons yang lebih cepat, solusi yang lebih tepat sasaran, serta komunikasi yang lebih transparan dengan pelanggan. Pelanggan cenderung merasa puas jika keluhan mereka ditangani dengan baik, oleh karena itu, peningkatan kualitas layanan customer service menjadi hal yang sangat penting. Shopee dapat mengadopsi teknologi chatbot yang lebih cerdas atau menyediakan layanan pelanggan yang lebih responsif untuk memastikan bahwa setiap keluhan dapat terselesaikan dengan cepat dan efisien.

Sistem rating konsumen perlu diperbaiki untuk memastikan transparansi

dan keandalan dalam memberikan informasi kepada pelanggan. Adanya praktik manipulasi rating, seperti ulasan palsu atau penilaian yang tidak mencerminkan kualitas produk sebenarnya, dapat memengaruhi kepercayaan pelanggan terhadap platform. Shopee perlu meningkatkan pengawasan terhadap sistem rating dan ulasan dengan menerapkan algoritma deteksi ulasan tidak autentik serta memberikan fitur verifikasi ulasan berdasarkan riwayat pembelian pelanggan.

Komitmen afektif pelanggan terhadap Shopee terbukti berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, sehingga Shopee perlu lebih memperhatikan strategi dalam membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Program loyalitas, personalisasi pengalaman belanja, serta komunikasi yang lebih erat dengan pelanggan dapat menjadi strategi yang efektif untuk meningkatkan komitmen afektif pelanggan terhadap Shopee. Dengan membangun keterikatan emosional yang lebih kuat, pelanggan akan lebih cenderung untuk tetap setia menggunakan Shopee meskipun terdapat beberapa kendala dalam layanan.

Bagi penelitian selanjutnya, disarankan untuk menambah variabel lain yang berpotensi memengaruhi kepuasan pelanggan, seperti kualitas produk, harga, promosi, atau pengalaman pengguna dalam menggunakan aplikasi Shopee. Selain itu, cakupan penelitian dapat diperluas dengan melibatkan sampel dari berbagai daerah di Indonesia agar hasil penelitian lebih representatif dan dapat memberikan gambaran yang lebih luas mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan dalam e-commerce. Metode penelitian yang lebih variatif, seperti pendekatan kualitatif melalui wawancara mendalam, juga dapat digunakan untuk

menggali lebih jauh persepsi pelanggan terhadap layanan Shopee. Dengan memperhatikan berbagai aspek yang telah disebutkan, diharapkan Shopee dapat terus meningkatkan kualitas layanannya, sehingga mampu mempertahankan kepuasan dan loyalitas pelanggan dalam persaingan industri e-commerce yang semakin ketat.