

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai pengaruh Kepuasan Pelanggan (X1), Kepercayaan Pelanggan (X2), dan Loyalitas Pelanggan (X3) terhadap Minat Beli Ulang (Y) pada pengguna Shopee di Kota Bengkulu, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kepuasan Pelanggan (X1) pengguna Shopee di Kota Bengkulu berada dalam kategori Tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa Shopee telah berhasil memenuhi ekspektasi konsumen melalui berbagai indikator, seperti perasaan puas saat bertransaksi, kesesuaian produk, dan pemenuhan harapan layanan, yang secara langsung mendorong minat mereka untuk berbelanja kembali.
2. Kepercayaan Pelanggan (X2) pengguna Shopee di Kota Bengkulu berada dalam kategori Tinggi. Variabel ini memperoleh skor rata-rata tertinggi, yang mengindikasikan bahwa sistem keamanan bertransaksi, jaminan perlindungan data pribadi, serta integritas platform Shopee menjadi fondasi paling kuat dalam memicu minat beli ulang konsumen karena rendahnya persepsi risiko kerugian.
3. Loyalitas Pelanggan (X3) pengguna Shopee di Kota Bengkulu berada dalam kategori Tinggi. Konsumen menunjukkan komitmen yang baik untuk menjadikan Shopee sebagai pilihan utama belanja online mereka. Namun, loyalitas ini bersifat dinamis dan perlu terus dijaga karena

konsumen masih sensitif terhadap perubahan program promosi dan daya tarik dari platform kompetitor.

4. Minat Beli Ulang (Y) pengguna Shopee di Kota Bengkulu berada dalam kategori Tinggi. Niat konsumen untuk melakukan transaksi kembali di masa depan, kesediaan merekomendasikan aplikasi kepada orang lain, serta kecenderungan menjadikan Shopee sebagai preferensi utama dipengaruhi secara positif oleh tingginya rasa puas, percaya, dan loyal yang mereka rasakan.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, beberapa saran yang dapat diajukan baik untuk pihak manajemen Shopee (saran praktis) maupun untuk pengembangan ilmu pengetahuan (saran akademis) adalah sebagai berikut:

5.2.1 Saran Praktis (Bagi Manajemen Shopee)

1. Mempertahankan dan Meningkatkan Kepercayaan: Mengingat variabel Kepercayaan memiliki persepsi tertinggi, Shopee harus mempertahankan standar keamanan sistemnya. Manajemen disarankan untuk terus memperketat sistem verifikasi toko (seller) guna meminimalisir penipuan kualitas barang, serta meningkatkan kecepatan respons layanan konsumen (*Customer Service*) saat terjadi kendala *refund* dana.
2. Penguatan Loyalitas Pelanggan: Karena skor loyalitas relatif paling rendah dibandingkan kepuasan dan kepercayaan, Shopee perlu merancang program loyalitas (*loyalty program*) yang lebih eksklusif. Misalnya, dengan meningkatkan keuntungan *reimbursement* Koin Shopee,

memberikan voucher gratis ongkir khusus tanpa syarat minimum belanja bagi pelanggan setia, atau memberikan *reward* berbasis tingkatan keanggotaan (Silver, Gold, Platinum) agar konsumen tidak mudah beralih ke *marketplace* pesaing.

3. Menjaga Konsistensi Kepuasan: Shopee diharapkan dapat mempertahankan kestabilan performa aplikasinya agar tetap mudah digunakan, mengoptimalkan integrasi dengan jasa ekspedisi lokal di Kota Bengkulu demi ketepatan waktu pengiriman, serta memastikan stabilitas harga produk yang kompetitif.

5.2.2 Saran Akademis (Bagi Peneliti Selanjutnya)

1. Perluasan Variabel Penelitian: Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik mengkaji Minat Beli Ulang pada industri *e-commerce*, disarankan untuk menambah atau mengeksplorasi variabel independen lain yang belum diteliti dalam riset ini, seperti *E-Service Quality*, Promosi Penjualan (*Live Shopping*), Pengaruh Sosial (*Social Influence*), atau Persepsi Harga.
2. Perluasan Jangkauan Sampel: Penelitian ini terbatas pada 65 responden di wilayah Kota Bengkulu. Peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan wilayah geografis (misalnya tingkat provinsi) dan menambah jumlah sampel agar hasil penelitian yang diperoleh dapat digeneralisasikan secara lebih luas dan memiliki tingkat akurasi yang lebih tinggi.