

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan hasil penelitian yang telah diuraikan pada BAB IV, maka peneliti membuat kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan elektronik berpengaruh positif terhadap Kepuasan konsumen Shopee pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Negeri Medan, telah diuji dan terbukti dapat diterima kebenarannya. Dengan demikian hipotesis pertama diterima.
2. Citra merek berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen shopee pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Negeri Medan, telah diuji dan terbukti dapat diterima kebenarannya. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis yang dirumuskan peneliti terbukti dapat diterima kebenarannya setelah diuji. Dengan demikian hipotesis kedua diterima.
3. Setelah peneliti melakukan penelitian mengenai Pengaruh kualitas pelayanan elektronik dan citra merek terhadap terhadap kepuasan konsumen shopee pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Negeri Medan, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan elektronik dan citra merek secara bersama-sama atau secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen shopee pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Negeri Medan . Dengan demikian hipotesis ketiga diterima.

5.2 Saran

Saran yang disampaikan dari keseluruhan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan penelitian, Variabel Kualitas Pelayanan Elektronik berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, maka peneliti menyarankan agar pihak Shopee melakukan peningkatan pada kualitas pelayanan elektronik yaitu dengan memperbaharui setiap fitur yang mereka tawarkan pada website nya tanpa membuat kemacetan (*freez*) pada saat konsumen hendak melakukan pembelian, *system availability* harus di tingkatkan, karena bagaimana konsumen dapat melakukan pembelian bila website nya saja sangat sulit untuk digunakan karena website yang lambat dan macet maka akan lebih baik lagi jika shopee memiliki website yang lebih matang dan lebih siap sehingga pelayanan elektronik dapat dijalankan dengan baik sesuai dengan ekspektasi konsumen dan memperoleh kepuasan dari konsumen.
2. Sementara pada Variabel Citra Merek, Shopee sebagai *e-commerce* harus meningkatkan pada Kekuatan (*Strength of brand asociation*) dengan memberikan kesan baik yang melakat pada konsumen dengan pelayanan yang baik, melakukan promosi yang lebih meningkatkan atensi masyarakat. Shopee juga masih perlu meningkatkan Keunggulan (*favorable of brand asociation*) dengan melengkapi fitur-fitur yang ada di Shopee sehingga shopee menjadi *brand e-commerce* yang lebih unggul dibandingkan dengan kompetitornya.

3. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini dapat dilanjutkan dengan mengembangkan penelitian-penelitian lainnya, yaitu penelitian untuk mengungkap lebih jauh variabel Kualitas Pelayanan Elektronik, dan Citar Merek yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen.



THE
Character Building
UNIVERSITY