

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang menggunakan alat uji SmartPLS, serta pembahasan yang telah diulas oleh peneliti mengenai kepuasan konsumen e-commerce Shopee maka simpulan dari penelitian mengenai potongan harga memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan indikator yang paling memberikan kontribusi terhadap potongan harga adalah program flash sale terbatas waktu. Hal tersebut berarti sebagian besar responden memiliki perhatian khusus ketika adanya program potongan harga dan melakukan pembelian melalui e-commerce Shopee.

Selanjutnya, pada variabel gratis ongkir memberikan pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan indikator yang paling berkontribusi adalah bebas biaya dengan pembelian tertentu. Hal tersebut berarti bahwa pelanggan cenderung merasa lebih puas ketika mereka dapat menikmati manfaat gratis ongkir, kebijakan gratis ongkir dapat menjadi faktor yang signifikan dalam meningkatkan kepuasan konsumen.

Lalu, pada variabel casback memberikan pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan indikator yang paling berkontribusi adalah besarnya jumlah pengembalian dana. Hal tersebut menyatakan kebijakan promosi cashback memiliki dampak positif yang signifikan terhadap kepuasan konsumen, terutama ketika jumlah pengembalian dana (cashback) menjadi indikator yang paling berkontribusi. Dalam konteks ini, besarnya jumlah pengembalian dana menjadi faktor penting yang memengaruhi persepsi dan kepuasan pelanggan dan meningkatkan kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian pada e-commerce Shopee.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini, tentunya terdapat beberapa keterbatasan dalam pengumpulan data, antara lain:

1. Penelitian ini fokus pada konsumen e-commerce Shopee di Kota Depok,

sehingga hasilnya mungkin tidak dapat diterapkan secara langsung pada konsumen di wilayah lain. Perbedaan karakteristik demografis dan perilaku konsumen antar kota dapat mempengaruhi generalisasi hasil penelitian.

2. Preferensi konsumen terhadap potongan harga, gratis ongkir, dan cashback dapat berubah seiring waktu. Penelitian ini mungkin tidak mencakup perubahan ini secara menyeluruh, dan hasilnya mungkin menjadi usang seiring berjalannya waktu.
3. Perubahan dalam persaingan pasar e-commerce di Kota Depok dapat mempengaruhi keputusan konsumen dan kepuasan mereka. Penelitian ini mungkin tidak memperhitungkan dinamika persaingan pasar dengan merinci, yang dapat membatasi interpretasi hasil.
4. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini hanya mencakup Potongan Harga, Gratis Ongkir, dan Cashback, sehingga tidak dapat mewakili variabel lain yang berpotensi memengaruhi tingkat kepuasan konsumen sesuai dengan fokus penelitian ini.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan penjabaran kesimpulan diatas, peneliti memberikan saran sebagai bahan pertimbangan evaluasi perusahaan kedepannya agar dapat lebih baik sebagai berikut :

1. Dengan memahami dampak potongan harga, gratis ongkir, dan cashback terhadap kepuasan konsumen, Shopee dapat menyelaraskan strategi promosi mereka dengan preferensi konsumen di Kota Depok. Hal ini dapat meningkatkan daya tarik promosi dan meningkatkan kepuasan konsumen secara keseluruhan.
2. Berdasarkan temuan bahwa preferensi konsumen dapat berubah seiring waktu, Shopee dapat mempertimbangkan meningkatkan fleksibilitas dalam strategi promosi. Ini bisa mencakup penyesuaian jenis promosi, nilai potongan harga, atau mekanisme cashback untuk tetap relevan dengan dinamika pasar.
3. Selain strategi promosi, perhatikan juga faktor lain yang dapat memengaruhi kepuasan konsumen, seperti kualitas layanan pelanggan, proses pengiriman, dan pengalaman pengguna di platform Shopee.

Peningkatan dalam aspek-aspek ini dapat memberikan dampak positif terhadap kepuasan konsumen secara keseluruhan.

4. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini hanya mencakup Potongan Harga, Gratis Ongkir, dan Cashback, sehingga tidak dapat mewakili variabel lain yang berpotensi memengaruhi tingkat kepuasan konsumen sesuai dengan fokus penelitian ini. sehingga diharapkan untuk peneliti selanjutnya dapat menggunakan variable lain yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, mosional, harga dan biaya.