

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan oleh penulis pada bagian Bab IV mengenai pengaruh kualitas *website* dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan pada penyedia jasa *e-commerce* Bukalapak, maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Secara parsial hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas *website* terhadap kepuasan pelanggan dengan hasil nilai signifikansi 0,000 kurang dari 0,05.
2. Secara parsial hasil dari ini penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan dengan hasil nilai signifikansi 0,000 kurang dari 0,05.
3. Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kualitas *website* dan kepercayaan secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut.

1. Bagi Perusahaan

Berdasarkan penilaian responden dalam penelitian ini, upaya yang sebaiknya dilakukan oleh perusahaan adalah sebagai berikut.

- a. Sebaiknya Bukalapak memperbaiki layanan pelanggan pada *website* Bukalapak dengan membuat halaman layanan pelanggan yang lebih *mobile friendly* mulai dari tulisan, visual, hingga kemudahan dalam menavigasikannya (*fitur livechat*), menyediakan lebih banyak *customer service* yang unggul dan berkualitas serta memberikan pelatihan kepada para stafnya (*customer service*) guna merespon setiap pertanyaan pelanggan dengan tepat serta dapat memberikan solusi yang cepat, tepat dan efektif agar pelanggan merasa puas dengan kualitas layanan pada *website* Bukalapak.
- b. Sebaiknya Bukalapak memperbaiki kualitas informasi produk pada *website* Bukalapak dengan informasi yang lebih akurat, tepat dan bermanfaat terhadap produk-produk yang ditawarkan di Bukalapak. Hal yang perlu dilakukan oleh Bukalapak yaitu dengan memperbarui dan memperbaiki aturan dan ketentuan yang ketat kepada para pelapaknya apabila pelapak tersebut memberikan informasi yang tidak sesuai dengan produk yang ditawarkan maka pihak Bukalapak wajib menindak pelapak tersebut dengan tegas agar tidak ada pihak yang dirugikan sehingga pelanggan akan merasa puas dan percaya terhadap informasi produk yang diberikan.
- c. Sebaiknya Bukalapak memperbaiki pemrosesan pesanan pada situs Bukalapak dengan memperbarui syarat dan ketentuan dalam memilih dan menyaring setiap mitra pelapak yang berkualitas dan memang

profesional supaya tidak merugikan semua pihak agar konsumen merasa puas dengan cepatnya pemrosesan pesannya.

- d. Sebaiknya Bukalapak harus meyakinkan kembali para pengguna bahwa informasi yang diberikan itu sesuai dengan kenyataan atau keadaan barang memang asli. Hendaknya Bukalapak melakukan survei terhadap barang yang akan di jual di Bukalapak maupun dengan adanya review atau testimoni mengenai barang tersebut yang berasal dari pembeli sebelumnya, bila terdapat ulasan-ulasan yang negatif maka Bukalapak wajib melaporkan kepada pelapak tersebut guna memperbaiki kualitasnya dan diharapkan bahwa Bukalapak hanya bermitra dengan pelapak yang dapat dipercaya saja, lalu memberikan deskripsi yang lengkap pada setiap produknya dan menyajikan gambar/foto produk yang asli agar konsumen merasa yakin dengan produk yang ditawarkan tersebut memang asli.
- e. Sebaiknya Bukalapak memperbaiki hubungan dengan para pelanggannya dan memperbarui layanan Buka Bantuan guna meningkatkan kepuasan pada pelanggannya. Beberapa hal yang perlu dilakukan yaitu dengan merespon cepat setiap pertanyaan dari penggunanya lalu menindak lanjuti setiap keluhan yang disampaikan para pengguna Bukalapak secara tepat agar pelanggan merasa puas. Menjaga ataupun mempertahankan hubungan dengan konsumen merupakan salah satu hal yang sangat penting, sebab biaya untuk mendapatkan konsumen yang baru jauh lebih besar dibanding dengan

biaya untuk mempertahankan konsumen yang sudah ada. Adapun tujuan dari menjaga hubungan tersebut salah satunya yaitu agar konsumen ingin untuk menggunakan kembali layanan dari perusahaan serta turut mereferensikannya kepada orang lain.

- f. Sebaiknya Bukalapak memperbaiki fitur asuransi pengiriman untuk pembeli guna melindungi barang ataupun produk yang dibeli pada lapak tertentu di Bukalapak selama terjadinya proses pengiriman agar pelanggan tidak merasa dirugikan.
- g. Sebaiknya Bukalapak memperbaiki kualitas pelayanannya sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan perkembangan zaman seperti metode pembayaran yang aman untuk semua pihak, layanan pengiriman yang cepat serta jaminan dari keadaan barang tersebut sampai kepada tangan konsumen, merespon dan menindak lanjuti dengan cepat setiap pertanyaan maupun komplain dari pelanggannya, tampilan *website* yang lebih menarik dengan desain yang minimalis dan sederhana serta pengaturan warna dasar yang tidak mencolok dan sebagainya. Maka dari itu, pelanggan akan merasa bahwa Bukalapak memiliki perhatian dalam memberikan pelayanan terbaiknya bagi seluruh pelanggannya.
- h. Sebaiknya Bukalapak memperbaiki kinerja dari *website* Bukalapak agar tidak mengalami sistem yang eror. Banyak faktor yang menyebabkan mengapa situs Bukalapak mengalami gangguan/masalah. Salah satu penyebabnya yaitu banjiriran *trafik* di mana *website* bisa

down apabila *trafiknya* membludak. Misalnya ketika Bukalapak menggelar *promo sale* di waktu tertentu. Kondisi tersebut tentunya akan memicu banyak pengunjung untuk mengakses *website* dalam waktu yang bersamaan. Banyaknya akses secara bersamaan dari pengguna dapat membuat server tidak dapat menangani permintaan data dengan baik. Maka dari itu, Bukalapak harus segera melakukan upgrade bila ternyata kebutuhan websitenya meningkat agar kinerja situs Bukalapak membaik dan tidak eror maupun *server down*.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan kembali penelitian ini dengan objek yang berbeda dan pernyataan yang berbeda juga. Serta, diharapkan dapat menggunakan lebih banyak lagi aspek yang mempengaruhi kepuasan pelanggan selain dari kualitas *website* dan kepercayaan. Misalnya variabel *mobile application quality*, *brand image*, promosi dan lain-lain.