

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini bertujuan menguji Pengaruh *Digital Marketing*, Kualitas Pelayanan dan Potongan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada *Marketplace* Shopee. Dimana sampel penelitian yaitu Konsumen yang sudah menggunakan Shopee. Hasil analisa dan pembahasan tentang Pengaruh *Digital Marketing*, Kualitas Pelayanan dan Potongan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada *Marketplace* Shopee, dapat ditarik kesimpulan atas penelitian yang telah dilakukan peneliti dengan hasil :

1. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa variabel *Digital Marketing* (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) di Shopee untuk berbelanja *online*, hal tersebut diperkuat dengan adanya uji hipotesis hasil t hitung sebesar 3,383 dengan tingkat signifikansi 0,001 karena $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ yaitu $3,383 > 1,985$ dan nilai signifikannya $0,001 < 0,050$. Yang berarti *Digital Marketing* berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.
2. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) di Shopee untuk berbelanja *online*, hal tersebut diperkuat dengan adanya uji hipotesis hasil t hitung sebesar 3,575 dengan tingkat signifikansi 0,001 karena $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ yaitu $3,575 > 1,985$ dan nilai signifikansinya $0,001 < 0,050$. Yang berarti Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.
3. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa variabel Potongan Harga (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) di Shopee untuk berbelanja *online*, hal tersebut diperkuat dengan adanya uji hipotesis hasil t hitung sebesar 2,217 dengan tingkat signifikansi 0,029 karena $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$

yaitu $2,217 > 1,985$ dan nilai signifikannya $0,029 < 0,050$. Yang berarti Potongan Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.

5.2 Saran

Dengan atas dasar hasil penelitian skripsi ini dan kesimpulan ini yang sudah dipaparkan dan dijelaskan diatas, peneliti juga harus memberikan saran berkaitan tentang penelitian yang telah dilakukan.

Bagi Perusahaan:

1. Hasil Kuesioner variabel *Digital Marketing* diperoleh skor jawaban responden rata-rata .93,3% yaitu shopee tidak dapat menjalin hubungan yang baik dengan konsumen. Hal ini mengartikan bahwa Shopee harus bisa menyesuaikan hubungan yang baik agar konsumen merasa puas saat berbelanja di shopee.
2. Hasil Kuesioner variabel kualitas pelayanan diperoleh skor jawaban responden rata-rata 94,4% yaitu kualitas pelayanan yang kurang. Seperti shopee melayani konsumen lambat, produk yang sudah dibeli tidak bisa dikembalikan. Oleh karena itu disarankan kepada Shopee Indonesia untuk memaksimalkan interaksi dengan konsumen serta pelatihan karyawan agar mampu membangun suasana komunikasi yang lebih akrab.
3. Hasil Kuesioner variabel potongan harga diperoleh skor jawaban responden rata-rata 88% yaitu mengenai potongan harga yang kurang. Seperti masa untuk potongan harga terhadap produk yang dijual tidak bertahan lama. Oleh karena itu disarankan kepada Shopee Indonesia untuk memaksimalkan program potongan harga terhadap produk yang dijual agar bertahan lama. Dan membuat konsumen merasa puas.

Bagi Perusahaan: Ditambahkan atau merubah variabel-variabel independent selain *digital marketing*, kualitas pelayanan dan potongan harga yang berpengaruh terhadap kepuasankonsumen.