

BAB V

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil pengujian ketujuh hipotesis yang telah diajukan dalam penelitian ini, maka dapat diambil kesimpulan yaitu:

1. Hasil pengujian hipotesis penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan konsumen pada pengguna Tokopedia di Kabupaten Gresik.
2. Hasil pengujian hipotesis penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan konsumen pada pengguna Tokopedia di Kabupaten Gresik.
3. Hasil dari pengujian hipotesis penelitian menunjukkan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas pada pengguna Tokopedia di Kabupaten Gresik.
4. Hasil dari pengujian hipotesis penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas pada pengguna Tokopedia di Kabupaten Gresik.
5. Hasil dari pengujian hipotesis penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas pada pengguna Tokopedia di Kabupaten Gresik.
6. Hasil dari pengujian hipotesis penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh secara tidak langsung terhadap loyalitas melalui kepuasan konsumen pada pengguna Tokopedia di Kabupaten Gresik.
7. Hasil dari pengujian hipotesis penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh tidak langsung terhadap loyalitas melalui kepuasan konsumen pada pengguna Tokopedia di Kabupaten Gresik.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan kesimpulan yang merupakan implikasi dari hasil penelitian yang dilakukan mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap loyalitas melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening pada pengguna Tokopedia di Kabupaten Gresik, rekomendasi yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Rekomendasi kepada Tokopedia, kualitas produk memiliki pengaruh lebih kecil terhadap kepuasan dan loyalitas dibandingkan dengan variabel harga. Berdasarkan hasil analisis, peneliti merekomendasikan Tokopedia selaku pihak *developer* agar mempertimbangkan variabel kualitas produk dimana variabel tersebut merupakan elemen yang sangat penting untuk meningkatkan kepuasan konsumen dan efek lanjutannya yakni loyalitas. Dengan adanya hasil analisis tersebut, maka Tokopedia selaku *developer* haruslah membuat kebijakan yang mana kebijakan tersebut dapat mengatur produk-produk yang dijual oleh *reseller* Tokopedia dengan ketentuan produk yang dijualnya berkualitas, maka dengan begitu konsumen selaku pihak pembeli tidak merasa dirugikan dengan produk yang telah dibelinya di Tokopedia.
2. Rekomendasi kepada *reseller* atau penjual produk di Tokopedia, agar meningkatkan kualitas produk sebagai strategi pemasaran untuk meningkatkan nilai kepuasan konsumen (pembeli), hal ini akan memberikan dampak yang baik dalam meningkatkan laba atau penjualan, berdasarkan hasil analisis kualitas produk memiliki pengaruh lebih kecil terhadap kepuasan dan loyalitas dibandingkan variabel harga, jika kualitas produk tidak ditingkatkan maka seiring berjalannya waktu hal ini akan berakibat kekecewaan pada konsumen sehingga keberadaan *e-commerce* di Indonesia kurang diminati dan akan ditinggalkan konsumen. Jika kualitas produk ditingkatkan maka nilai kepuasanpun akan meningkat, dan jika kualitas produk tidak ditingkatkan maka nilai kepuasan pada konsumen akan menurun.
3. Direkomendasikan pada *reseller* Tokopedia (penjual) agar mempertahankan variabel harga, berdasarkan hasil analisis harga memiliki pengaruh lebih tinggi dan signifikan dibandingkan variabel kualitas produk, berdasarkan hasil analisis penjual haruslah mempertahankan harga sebagai strategi penetapan harga yang

tentunya dapat bersaing, hal ini merupakan salah satu strategi untuk memenangkan persaingan terutama dalam berbisnis di toko *online*. Persepsi konsumen terhadap harga yang terlalu tinggi akan berdampak terhadap ketidakpuasan dan secara otomatis akan berdampak ketidakloyalan. Persepsi konsumen akan harga, semakin rendah harga maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan dan loyalitas. Persepsi konsumen akan harga, semakin tinggi tingkat harga maka akan berdampak terhadap ketidakpuasan dan ketidakloyalan.

4. Berdasarkan hasil analisis pengujian ditemukan bahwa variabel kepuasan konsumen dan loyalitas memiliki pengaruh yang signifikan atau memiliki pengaruh tertinggi dibandingkan kualitas produk dan harga, maka berdasarkan hasil analisis dalam penelitian ini kedua variabel tersebut membuktikan bahwa kepuasan konsumen dan loyalitas memiliki hubungan atau keterkaitan yang erat satu sama lain. Jika dalam menjalankan bisnis *online* penjual dapat memfokuskan nilai kepuasan pada konsumen maka secara otomatis loyalitas konsumen akan tumbuh. Loyalitas merupakan nyawa/aset yang sangat penting bagi berwirausaha atau berbisnis, jika seorang itu loyal maka seiring berjalanya waktu nilai pendapatan/labapun akan bertambah dan meningkat.
5. Berdasarkan hasil analisis pengujian secara langsung atau tidak langsung kualitas produk dan harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas. Produk yang berkualitas dapat meningkatkan tingkat kepuasan pada diri konsumen dan berlanjut menjadi sikap kesetiaan (loyalitas). Semakin tinggi kualitas suatu produk akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan dan loyalitas pada konsumen, semakin rendah kualitas suatu produk akan semakin rendah pula tingkat kepuasan dan loyalitas pada konsumen. Sama halnya persepsi konsumen akan harga, harga seingkali menjadi suatu problem pembanding bagi konsumen untuk menentukan suatu sikap dalam membeli suatu produk yang akan dibelinya, konsumen akan cenderung membeli produk dengan harga yang relatif lebih murah dibandingkan produk dengan harga yang terlalu tinggi meskipun kualitas produknya sama, hal ini didasari oleh persepsi konsumen akan tingkatan suatu harga. semakin tinggi harga maka akan semakin rendah tingkat kepuasan dan keloalitasannya, begitupun

sebaliknya semakin rendah tingkatan harga makan akan semakin tinggi pula kepuasan dan kelayakannya.

6. Bagi peneliti selanjutnya direkomendasikan untuk menggunakan kembali variabel kualitas produk, kualitas produk dalam penelitian ini memiliki pengaruh yang kecil di bandingkan variabel harga, penggunaan variabel kualitas produk dalam menganalisis toko *online* untuk mengetahui tingkat kepuasan dan loyalitas konsumen, karna sifat toko *online* yang tentu berbeda dengan toko fisik atau *offline*. Dan menambah variabel bebas sesuai dengan kebutuhan atau mendapati fenomena baru untuk meneliti toko *online*.

