

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, E-Service Quality berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dalam menggunakan aplikasi Shopee di Dusun Tebangan. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar $3,461 > 1,993$ dan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Dengan demikian, H_1 diterima, yang berarti semakin baik E-Service Quality yang dirasakan konsumen, maka semakin tinggi Kepuasan Konsumen dalam menggunakan aplikasi Shopee.

Keamanan Transaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dalam menggunakan aplikasi Shopee di Dusun Tebangan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar $3,453 > 1,993$, dan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Dengan demikian, H_2 diterima, yang berarti semakin baik Keamanan Transaksi yang dirasakan konsumen, maka semakin tinggi Kepuasan Konsumen dalam menggunakan aplikasi Shopee..

E-Service Quality dan Keamanan Transaksi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dalam menggunakan aplikasi Shopee di Dusun Tebangan. Hal ini dibuktikan dengan nilai F hitung sebesar $48,649 > 3,12$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, H_3 diterima. Nilai R Square sebesar 0,568 menunjukkan bahwa E-Service Quality dan Keamanan Transaksi mampu menjelaskan Kepuasan Konsumen sebesar 56,8%, sedangkan 43,2% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pihak Shopee disarankan untuk terus meningkatkan E-Service Quality, terutama dalam memberikan kemudahan, kenyamanan, dan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Selain itu, keamanan data pribadi dan informasi pembayaran pengguna juga perlu terus dijaga agar konsumen merasa aman dan nyaman dalam melakukan transaksi.

Bagi konsumen pengguna aplikasi Shopee, diharapkan tetap memperhatikan keamanan dalam melakukan transaksi serta menjaga kerahasiaan data pribadi dan informasi akun. Konsumen juga diharapkan dapat menggunakan fitur-fitur yang tersedia pada aplikasi dengan bijak.

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain yang dapat memengaruhi Kepuasan Konsumen karena dalam penelitian ini masih terdapat 43,2% faktor lain di luar E-Service Quality dan Keamanan Transaksi yang dapat memengaruhi Kepuasan Konsumen. Penelitian selanjutnya juga dapat dilakukan dengan cakupan wilayah dan jumlah responden yang lebih luas.