

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang diperoleh dalam penelitian dan telah diterangkan dalam bab IV, maka kesimpulan sebagai berikut:

1. Kepuasan pelanggan Shopee memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap nilai jasa yang dipersepsikan..
2. Kualitas layanan Shopee memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap nilai jasa yang dipersepsikan..
3. Citra perusahaan Shopee memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
4. Reputasi perusahaan Shopee memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
5. Kesimpulan dari uji mediasi adalah
 - a. Nilai jasa yang dipersepsikan memediasi pengaruh kepuasan pelanggan terhadap citra perusahaan (*Complementary mediation*).
 - b. Nilai jasa yang dipersepsikan memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap citra perusahaan (*Complementary mediation*).
 - c. Nilai jasa yang dipersepsikan tidak memberikan efek mediasi dalam kepuasan pelanggan terhadap reputasi perusahaan namun terdapat pengaruh langsung antara variabel kepuasan pelanggan terhadap reputasi perusahaan (*direct-only non mediation*).
 - d. Nilai jasa yang dipersepsikan tidak memberikan efek mediasi dalam kualitas layanan pada reputasi perusahaan namun terdapat pengaruh langsung antara variabel kualitas layanan terhadap reputasi perusahaan (*direct-only non mediation*).

5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, implikasi manajerial pada Shopee yang diberikan penulis adalah sebagai berikut:

1. Manajerial Shopee sebaiknya mempertahankan kepuasan konsumen sehingga nilai jasa yang dipersepsikan. yang baik dapat terjaga, seperti pelayanan yang baik, serta memberikan macam-macam produk yang dapat membuat pelanggan puas.
2. Pihak manajerial Shopee sebaiknya mempertahankan kualitas layanan sehingga nilai jasa yang dipersepsikan yang baik dapat terjaga. Cara yang dapat dilakukan yaitu dengan memberikan notifikasi tentang *update* barang-barang yang paling diminati oleh pelanggan, menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan.
3. Manajerial Shopee sebaiknya mempertahankan citra perusahaan sehingga loyalitas pelanggan dapat terjaga. Citra yang lebih baik penting dibanding pesaing-pesaingnya dan memiliki citra yang positif.
4. Manajerial Shopee sebaiknya mempertahankan reputasi perusahaan sehingga loyalitas pelanggan dapat terjaga. Meningkatkan pelayanan mereka, memberikan layanan yang terbaik.

5.3. Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa keterbatasan yang dapat menjadi bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut :

1. Pertanyaan-pertanyaan tidak mewakili alasan belanja di Shopee.
2. Penelitian hanya menggunakan responden yang pernah berbelanja di Shopee dalam enam bulan terakhir.

5.4. Saran untuk Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan saran yang dapat diusulkan penulis adalah sebagai berikut :

1. Kalimat lebih baik diperbaiki untuk mewakili alasan belanja di Shopee.
2. Untuk penelitian selanjutnya disarankan nilai *cutting off* sebaiknya minimal 0,7.



DAFTAR PUSTAKA

- Garson, G. D. (2016). *PARTIAL LEAST SQUARES (PLS-SEM) 2016 Edition* (2016th ed.).
www.statisticalassociates.com
- Hardani, H., Juliana Sukmana, D., & Fardani, R. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif Hibah Pascasarjana View project publikasi jurnal View project*.
<https://www.researchgate.net/publication/340021548>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo.
- Kotler, Philip, & Armstrong, G. (2020). *Principles of marketing* (18th ed.). Pearson.
- Özkan, P., Süer, S., Keser, İ. K., & Kocakoç, İ. D. (2020). The effect of service quality and customer satisfaction on customer loyalty: The mediation of perceived value of services, corporate image, and corporate reputation. *International Journal of Bank Marketing*, 38(2), 384–405.
<https://doi.org/10.1108/IJBM-03-2019-0096>
- Risky, Y. A. (2019). *Journal Fakultas Ekonomi Pengertian Mediasi*. 281–299.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2019). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach, 8th Edition* (8th ed.). 2019.
- Siyono, Dr. S. (2015). *DASAR METODOLOGI PENELITIAN*. Literasi Media Publishing.
- Siyoto, Dr. S., & Sodik, M. A. (2015). *MANAJEMEN PEMASARAN*. 2015. www.unpam.ac.id
- Soling, R. H. (2019). *STRUCTURAL EQUATION MODELING (SEM) BERBASIS VARIAN: Konsep Dasar dan Aplikasi dengan Program SmartPLS 3.2.8 dalam Riset Bisnis*. 2019.
www.institutpenulis.id