

BAB V

SIMPULAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dan melalui pembuktian terhadap hipotesis dari permasalahan yang diangkat, maka dapat disimpulkan:

- a) Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 170 responden dengan karakteristik responden yang diperoleh menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini didominasi berjenis kelamin laki-laki, berumur 21-24 tahun, mayoritas merupakan pelajar/mahasiswa, dan didominasi juga dengan rata rata pengeluaran perbulan <Rp 1.500.000.
- b) Hasil dari analisis data menunjukkan bahwa *Perceived Usefulness* berpengaruh terhadap Customer Satisfaction pada Pengguna Shopee di Kebumen Hal ini berarti semakin tinggi tingkat *Perceived Usefulness* yang dirasakan oleh Pengguna Shopee di Kebumen maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh Pengguna.
- c) Hasil dari analisis data menunjukkan bahwa *Perceived Ease Of Use* berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* pada Pengguna Shopee di Kebumen. Hal ini berarti semakin tinggi *Perceived Ease Of Use* yang dirasakan oleh pengguna maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pengguna
- d) Hasil dari analisis data menunjukkan bahwa *Perceived Usefulness* berpengaruh terhadap *Customer Loyalty* pada pengguna Shopee. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat *Perceived Usefulness* yang

dirasakan oleh Pengguna Shopee di Kebumen maka akan mempengaruhi tingkat kesetiaan para pelanggan.

- e) Hasil dari analisis data menunjukkan bahwa *Perceived Ease Of Use* berpengaruh terhadap *Customer Loyalty* pada pengguna Shopee. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat *Perceived Ease Of Use* yang dirasakan oleh Pengguna Shopee di Kebumen maka akan mempengaruhi tingkat kesetiaan para pelanggan.
- f) Hasil dari analisis data menunjukkan *Perceived Usefulness* berpengaruh terhadap *Customer Loyalty* ketika di mediasi oleh *Customer Satisfaction* pada Pengguna Shopee di Kebumen.
- g) Hasil dari analisis data menunjukkan *Perceived Ease Of Use* berpengaruh terhadap *Customer Loyalty* ketika di mediasi oleh *Customer Satisfaction* pada Pengguna Shopee di Kebumen.
- h) Berdasarkan Simpulan diatas maka *Customer Satisfaction* bekerja secara parsial dalam memediasi Variabel *Perceived Ease Of Use* dan *Perceived Usefulness* terhadap *Customer Loyalty*

5.2. Keterbatasan

Penelitian yang telah dilaksanakan ini memiliki keterbatasan. Adanya keterbatasan ini diharapkan dapat memberikan evaluasi dan perbaikan untuk penelitian yang akan datang. Keterbatasan-keterbatasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a) Berdasarkan nilai *R Square* menjelaskan bahwa 52,9% penelitian ini dipengaruhi oleh variabel *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease Of Use*, dan *Customer Satisfaction* dalam mempengaruhi *Customer*

Loyalty pada pengguna aplikasi Shopee di Kebumen, sehingga 47,1% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini. Oleh karena itu, kepada peneliti selanjutnya disarankan untuk menguji kembali variabel dalam penelitian ini dan menambahkan faktor lain yang dapat mempengaruhi *Customer Loyalty* pada pengguna aplikasi Shopee di Kebumen. Selanjutnya penelitian ini dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya seperti menganalisis apa yang menjadi pengaruh terjadinya *Customer Loyalty*.

- b) Penelitian ini terbatas dilakukan kepada pengguna Aplikasi Shopee di Kebumen saja. Apabila penelitian ini dilakukan kembali di area dengan jangkauan yang lebih luas akan berkemungkinan hasil dalam penelitian akan berbeda
- c) Penelitian ini terbatas membahas mengenai *Customer Loyalty* pada Pengguna Shopee di Kebumen. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat memilih kategori lokasi lain sehingga mampu memberikan kontribusi yang berbeda.
- d) Jumlah responden dalam penelitian ini hanya sebanyak 170 orang, sehingga responden sangat terbatas, maka disarankan untuk penelitian selanjutnya dapat menambahkan jumlah responden dengan mengupayakan untuk mengganti indikator.

5.3. Implikasi

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease Of Use* terhadap *Customer Loyalty* dengan *Customer Satisfaction* sebagai Pemediasi pada Pengguna aplikasi Shopee di Kebumen. Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang sudah dilakukan pada bab sebelumnya, maka dapat dikemukakan implikasi praktis dan implikasi teoritis sebagai berikut:

5.3.1 Implikasi Praktis

- a) Berdasarkan hasil penelitian menunjukan bahwa *Perceived Usefulness* berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* dan juga berpengaruh secara langsung terhadap *Customer Loyalty*, maka keberadaan Variabel Pemediasi seperti *Customer Satisfaction* akan mempengaruhi hubungan *Perceived Usefulness* terhadap *Customer Loyalty* para Pengguna Aplikasi Shopee di Kebumen secara parsial. Dari hasil penelitian ini diharapkan Pihak Shopee dapat mempertahankan ataupun meningkatkan kebermanfaatan dari aplikasi Shopee itu sendiri sehingga dapat meningkatkan Kepuasan serta tidak langsung juga dapat meningkatkan kesetiaan para Pengguna aplikasi Shopee di Kebumen.
- b) Berdasarkan hasil penelitian menunjukan bahwa *Perceived Ease Of Use* berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* dan juga berpengaruh secara langsung terhadap *Customer Loyalty*

sehingga keberadaan Variabel Pemediasi seperti *Customer Satisfaction* bisa mempengaruhi *Perceived Ease Of Use* terhadap *Customer Loyalty* para Pengguna Aplikasi Shopee di Kebumen secara parsial. Dari hasil penelitian ini diharapkan Pihak Shopee dapat mempertahankan ataupun meningkatkan kemudahan penggunaan dari aplikasi Shopee itu sendiri sehingga dapat meningkatkan Kepuasan serta tidak secara langsung juga meningkatkan Keloyalitasan para Pengguna aplikasi Shopee di Kebumen.

- c) Hasil analisis yang telah dilakukan juga membuktikan bahwa *Customer Satisfaction* berpengaruh terhadap *Customer Loyalty* dan mampu memediasi hubungan antara *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease Of Use* terhadap *Customer Loyalty*. Oleh karena itu pihak Shopee diharapkan bisa menjaga atau bahkan meningkatkan tingkat kepuasan para pengguna aplikasi Shopee agar angkat Kesetiaan para pengguna Shopee pun akan meningkat.

5.3.2 Implikasi Teoritis

Implikasi teoritis adalah dampak atau konsekuensi dari suatu temuan atau ide dalam konteks teori atau pengetahuan ilmiah. Berikut ini implikasi teoritis pada penleitian ini:

- a) Penelitian ini berada pada ruang lingkup penelitian *Technology Acceptance Model* khusus nya pada *Perceived*

Ease Of Use dan *Perceived Usefulness*. *Perceived Usefulness* adalah kondisi dimana para konsumen atau pengguna merasakan kebermanfaatan yang ditawarkan oleh suatu produk ataupun jasa. Lalu *Perceived Ease Of Use* adalah suatu perasaan kemudahan dalam penggunaan yang dirasakan oleh para pengguna atau konsumen ketika mencoba suatu jasa ataupun produk. Teori ini digunakan untuk menjelaskan perilaku konsumen dengan tujuan untuk meningkatkan ataupun mempertahankan kepuasan para pengguna di aplikasi yang sama. Apabila kepuasan para pengguna tinggi maka angka kesetiaan pun akan semakin tinggi.

- b) Penelitian ini juga menambah kajian terkait kepuasan konsumen sebagai upaya pemenuhan sesuatu dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen dapat dipenuhi di dalam aplikasi, sehingga akan memberikan kesan positif terhadap rasa puas konsumen.