

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Pada penelitian ini diperoleh kesimpulan mengenai analisis *metric Net Promoter Score* (NPS) dalam menentukan kepuasan pelanggan pada *ecommerce* Shopee. Berikut adalah kesimpulan dari pembahasan yang sudah dijelaskan yaitu sebagai berikut :

1. Dengan menggunakan *Net Promoter Score* (NPS) ini dapat menentukan skor yang diperoleh dari beberapa *platform*. Skor ini dapat menunjukkan kepuasan dan ketidakpuasan pada pelanggan yang menggunakannya. Pada *platform* Shopee yaitu terdiri dari beberapa faktor, dilihat dari beberapa alasan yang didapat dari data *survey* menggunakan *Google Form* yaitu rata-rata menjawab kepuasan pelanggan Shopee terletak pada hal promosi yang sering dilakukan, lengkapnya fitur yang ditampilkan pada *platform* Shopee, aplikasi yang mudah digunakan, dan mudah dalam hal metode pembayaran. Sedangkan ketidakpuasan pelanggan pada *platform* Shopee yaitu terletak pada ukuran aplikasi *platform* yang berat sehingga membutuhkan kapasitas *memory* yang sangat banyak dan harus membutuhkan sinyal yang kuat agar tidak *buffering* pada saat digunakan.
2. Pada perhitungan dengan menggunakan *Net Promoter Score* (NPS) *platform* Shopee ini lebih unggul jauh dibandingkan dengan *platform* para pesaingnya seperti Tokopedia, Bukalapak, Lazada dan Blibli. Dilihat dari skor *Net Promoter Score* (NPS)nya. Shopee tepat berada diposisi pertama dengan perolehan skor *promoters* (pendukung) sebesar 66%, *passives* (pasif) sebesar 21%, dan *detractors* (*hatters*) sebesar 13% sehingga skor *Net Promoter Score* (NPS) diperoleh sebesar 53%.

3. Dilihat dari hasil analisis data yang sudah dihitung pelanggan merasa puas pada aplikasi Shopee, dari segi *promoters* (pendukung) yang antusias dan terus-menerus melakukan transaksi bisnis dan selalu mempromosikan *platform* Shopee. Karena menurut para pelanggan yang diambil dari data *survey* menggunakan *Google Form* rata-rata menjawab bahwa aplikasi shopee ini mudah digunakan dan fitur pada aplikasi Shopee ini sangat lengkap seperti metode pembayaran yang bisa diangsur atau dicicil dengan menggunakan (ShopeePay Letter), dan bisa dapat *voucher* hanya dengan memainkan *game* di aplikasi Shopee yang membuat pelanggan Shopee menjadi terhibur.

## 5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil analisis data yang sudah diolah dengan menggunakan *Net Promoter Score* (NPS), maka *platform* Shopee sudah dipastikan unggul dalam hal kepuasan pelanggan dibandingkan *platform* pesaingnya. Dan hasil analisis data dengan perhitungan *Net Promoter Score* (NPS) ini skor Shopee tepat berada diposisi pertama dengan perolehan skor *promoters* (pendukung) sebesar 66%, *passives* (pasif) sebesar 21%, dan *detractors* (*hatters*) sebesar 13% sehingga skor *Net Promoter Score* (NPS) diperoleh sebesar 53%.

Berdasarkan penelitian ini, maka saran dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dengan menggunakan *Net Promoter Score* (NPS) ini dapat menentukan skor yang diperoleh dari beberapa *platform*. Dan skor ini dapat menunjukkan kepuasan dan ketidakpuasan pada pelanggan yang menggunakannya. Maka Shopee hendaknya mampu mempertahankan kepuasan pelanggannya dengan mempertahankan strategi yang sudah ada, mengedukasi/*mentraining seller*/penjual agar bisa melayani pelanggan dengan lebih ramah lagi, dan terus tingkatkan kualitas produk yang lebih bagus lagi, serta lebih seleksi lagi dalam hal pemilihan *seller*/penjual yang ingin bergabung atau berjualan

di *platform* Shopee supaya terhindar dari oknum-oknum penjual jahat yang sering menipu.

2. Pada perhitungan dengan menggunakan *Net Promoter Score* (NPS) *platform* Shopee ini lebih unggul jauh dibandingkan dengan *platform* para pesaingnya seperti Tokopedia, Bukalapak, Lazada dan Blibli. Maka Shopee hendaknya mampu mempertahankan posisinya saat ini dengan cara tingkatkan dari segi promosi dan pembaharuan dari segi *brand ambasadornya* serta yang terpenting pada kepuasan pelanggannya. Dan dengan perhitungan menggunakan *Net Promoter Score* (NPS) pada *platform* Shopee ini bisa memudahkan perusahaan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan dan bisa dijadikan pembandingan dengan *platform* pesaing.
3. Dilihat dari hasil analisis data yang sudah dihitung pelanggan merasa puas pada aplikasi Shopee, dari segi *promoters* (pendukung) yang antusias dan terus-menerus melakukan transaksi bisnis dan selalu mempromosikan *platform* Shopee. Maka hendaknya Shopee harus mempertahankan kualitas dan pelayanan dalam hal aplikasinya yaitu dengan memperbaharui atau mengupdate fitur-fitur yang sudah lama agar pelanggan tidak merasa bosan, memperbaiki fitur-fitur yang masih sering bermasalah dan responnya lama saat dibuka, dan lebih ditingkatkan lagi dalam hal keamanan aplikasinya (pada metode pembayaran) serta untuk kapasitas aplikasi bisa lebih di rendahkan lagi agar *handphone* yang memiliki kapasitas *memory* yang sedikit bisa mengunduh aplikasi Shopee.