

BAB V

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI MANAJERIAL

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dari penelitian ini, maka selanjutnya dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Dari hasil pengujian parsial (Uji T) Variasi Produk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Shopee di Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Dari hasil pengujian parsial (Uji T) Promosi mempunyai pengaruh yang positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Shopee di Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Dari hasil pengujian secara simultan (Uji F), Variasi Produk dan Promosi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Shopee di Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

5.2 Implikasi Manajerial

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang terkait, antara lain :

Bagi Perusahaan (Shopee)

1. Variasi Produk dari Shopee sudah baik namun bisa lebih ditingkatkan dengan menambah kategori produk agar pengelompokan dari produk yang dijual lebih tepat dan detail agar mempermudah pelanggan untuk mencari produk yang mereka cari, dan memperbanyak penjual untuk jenis kategori produk yang sama agar pelanggan memiliki alternatif pilihan lebih banyak agar semakin sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan.
2. Promosi yang dilakukan Shopee sudah cukup baik namun masih ada yang bisa diimprove seperti cashback koin shopee, koin shopee yang dimiliki pelanggan tidak bisa dipakai langsung sepenuhnya saat berbelanja hal ini

dianggap tidak menguntungkan bagi beberapa konsumen karna tidak dapat digunakan seluruh nya dalam satu kali transaksi.

3. Untuk kepuasan pelanggan pihak Shopee sebaiknya lebih memperhatikan lagi deskripsi yang diberikan penjual agar sesuai dengan produk yang mereka jual kepada pelanggan. Karena beberapa pelanggan shopee merasa dibohongi dengan deskripsi yang tidak sesuai dengan produk yang mereka terima hal ini dapat menurunkan kepuasan pelanggan shopee bila dibiarkan. Dan untuk meningkatkan Kepuasan Pelanggan dapat dilakukan dengan meningkatkan variasi produk dan promosi.

