

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Hasil *Importance Performance Analysis* (IPA) menunjukkan yang harus diprioritaskan oleh Tokopedia adanya pengembalian barang ketika produk yang diterima salah atau rusak (4), Tokopedia melindungi informasi tentang aktivitas belanja (7) dan Situs Tokopedia Melindungi data pribadi konsumen (8).

Nilai kepuasan konsumen dengan menggunakan model *Customer Satisfaction Index* (CSI) pada pelayanan *E-Commerce* Tokopedia secara umum indeks kepuasan konsumen atas *E-Commerce* Tokopedia untuk atribut-atribut yang diuji dan diperoleh hasil pada kriteria puas, artinya kualitas pelayanan yang diberikan sudah sesuai dengan harapan konsumen *E-Commerce* Tokopedia dan harus terus ditingkatkan sehingga kepuasan konsumen nantinya pada tingkat kriteria sangat puas.

5.2 Saran

5.2.1 Bagi Perusahaan

E-Commerce Tokopedia merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang perdagangan elektronik sebaiknya dapat meningkatkan kualitas pelayanan karena secara keseluruhan konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, sehingga dengan memperhatikan atribut-atribut seperti adanya pengembalian barang ketika produk yang diterima salah atau rusak, situs Tokopedia melindungi informasi tentang aktivitas belanja saya, dan situs Tokopedia melindungi data pribadi konsumen. Dengan demikian diharapkan perusahaan dapat mengetahui serta mengantisipasi secara jelas tentang apa yang dibutuhkan dan diinginkan konsumen, sehingga perusahaan dapat menerapkan strategi yang tepat untuk menangani keluhan konsumen, meningkatkan layanannya secara lebih baik, serta mampu bersaing dengan

kompetitor yang ada, agar mampu meningkatkan pendapatan perusahaan serta kepuasan konsumen agar tujuan perusahaan tercapai dan dapat berkembang lebih baik di masa mendatang.

5.2.2 Bagi Penelitian Selanjutnya

Bagi peneliti lain diharapkan penelitian ini dapat membantu untuk dapat mengembangkan penelitian karena penelitian ini hanya melihat dari satu sisi yaitu kualitas pelayanan yang mereka rasakan selanjutnya, disarankan peneliti lain menambahkan variabel lainnya seperti variabel loyalitas atau objek dan subyek penelitian yang berbeda.