

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan *analisis* dan pembahasan mengenai peta *positioning* TikTok Shop berdasarkan persepsi konsumen di Indonesia, dapat disimpulkan bahwa setiap platform memiliki posisi yang berbeda-beda di benak konsumen. Posisi TikTok Shop dan aplikasi *social commerce* lainnya dipengaruhi oleh berbagai atribut yang dinilai oleh pengguna. Oleh karena itu dapat disimpulkan :

1. Berdasarkan persepsi pengguna TikTok Shop menempati posisi kuat pada atribut Kualitas Informasi (*Information Quality*), Responsif (*Responsiveness*), Proses Kontrol (*Process Controlability*), Harga (*Price*), Keandalan (*Reliability*), dan Personalisasi (*Personalization*). TikTok Shop unggul dalam menyediakan informasi produk yang jelas dan menarik, memberikan tanggapan yang baik dan cepat ketika ada kritik dan saran, kemudahan dalam proses yang berhubungan pada *tracking* produk, penawaran diskon dan gratis biaya pengiriman, keandalan dalam mengurus pesanan dan pengalaman belanja yang personal. Hasil pemetaan *multidimensional scaling* (MDS) menunjukkan bahwa Secara keseluruhan, TikTok Shop dinilai lebih unggul dibandingkan kompetitor lain dalam beberapa atribut penting, namun tetap perlu meningkatkan aspek layanan konsumen (*Customer Services*), Kemudahan Pengguna (*Easy Of Use*), Website Design (*Application Design*), Kualitas Hasil (*Outcome Quality*) dan Kepercayaan (*Trust*) agar semakin kompetitif di pasar *social commerce* Indonesia.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai *positioning* TikTok Shop, berikut beberapa saran yang dapat diberikan kepada perusahaan, peneliti selanjutnya dan konsumen agar dapat mengoptimalkan penggunaan serta memahami perkembangan TikTok Shop secara lebih baik :

5.2.1 Bagi Perusahaan

Bagi perusahaan, khususnya TikTok Shop disarankan untuk mempertahankan keunggulan yang telah dimiliki, seperti kualitas informasi produk, responsivitas terhadap pengguna, kemudahan dalam pelacakan proses pembelian, harga yang kompetitif, privasi layanan, serta pengalaman belanja yang personal. Namun, perusahaan juga perlu meningkatkan beberapa aspek penting lainnya agar tetap kompetitif, seperti pelayanan pelanggan yang lebih cepat dan solutif, kemudahan penggunaan aplikasi secara keseluruhan, desain aplikasi yang lebih ramah pengguna, peningkatan kualitas hasil seperti kesesuaian produk dengan deskripsi, serta memperkuat kepercayaan konsumen melalui transparansi dan keamanan bertransaksi.

5.2.2 Peneliti Selanjutnya

Disarankan agar penelitian dapat dibahas dengan membandingkan lebih banyak platform sosial commerce guna memperoleh hasil yang lebih komprehensif. Selain itu, penelitian longitudinal juga penting dilakukan agar dapat menangkap perubahan persepsi konsumen seiring dengan perkembangan teknologi dan dinamika pasar. Pendekatan kualitatif seperti wawancara mendalam dapat menambah pemahaman terhadap perilaku konsumen secara lebih mendalam, serta penelitian dapat mempertimbangkan faktor demografi untuk mengetahui segmentasi persepsi yang lebih spesifik.

5.2.3 Bagi Konsumen

Disarankan agar dapat memanfaatkan fitur-fitur unggulan TikTok Shop, seperti informasi produk yang lengkap, promo diskon, dan pengiriman gratis, namun tetap berhati-hati dan berhati-hati terhadap kredibilitas penjual. Konsumen juga sebaiknya aktif memberikan ulasan dan feedback agar dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan kualitas layanan serta membantu konsumen lain dalam mengambil

keputusan pembelian. Selain itu, penting bagi konsumen untuk selalu memperhatikan aspek keamanan transaksi, tidak mudah tergiur dengan harga murah, dan memastikan reputasi toko sebelum melakukan pembelian.