

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan mahasiswa pengguna e-commerce Tokopedia pada Universitas Diponegoro, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan mahasiswa pengguna e-commerce Tokopedia pada Universitas Diponegoro. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang menunjukkan nilai signifikansi sebesar $1,0285E-09 < 0,05$ sehingga ^{H1}diterima. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan Tokopedia, maka semakin tinggi tingkat kepuasan mahasiswa pengguna Tokopedia.
2. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa pengguna e-commerce Tokopedia pada Universitas Diponegoro. Hal ini di buktikan dengan hasil uji t yang menunjukkan nilai sebesar $0,000288698 < 0,05$ sehingga ^{H2} diterima. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga yang sesuai dengan manfaat yang diterima pelanggan mampu meningkatkan kepuasan mahasiswa pengguna Tokopedia.
3. Kualitas Pelayanan dan Harga secara Bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa pengguna Tokopedia pada Universitas Diponegoro. Hali ini di buktikan dengan hasil f yang menunjukkan nilai signifikansi $7,14124e-15 < 0,05$ sehingga diterima. Selain itu, hasil analisis

koefisien determinasi menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara simultan mampu menjelaskan kepuasan pelanggan sebesar 49,27% sedangkan sisanya sebesar 50,73% dipengaruhi faktor lain di luar penelitian.

4.2 Saran

1. Bagi Tokopedia

Kualitas Pelayanan dan Harga secara Bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa pengguna e-commerce. Universitas Diponegoro Hal ini dibuktikan dengan hasil uji F yang menunjukkan nilai signifikansi sebesar $7,14124E-15 < 0,05$ sehingga H_3 diterima. Selain itu, hasil analisis koefisien determinasi menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara simultan mampu menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan sebesar 49,27% sedangkan sisanya sebesar 50,73% dipengaruhi di luar penelitian.

2. Bagi Mahasiswa

Mahasiswa diharapkan dapat memanfaatkan berbagai fitur dan layanan yang tersedia pada aplikasi Tokopedia secara optimal sehingga memperoleh pengalaman berbelanja yang lebih baik serta dapat memberikan ulasan yang membangun bagi pengembangan layanan Tokopedia.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, seperti promosi, kepercayaan, kualitas produk, loyalitas, citra merek sehingga diperoleh hasil penelitian yang lebih komprehensif.