

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian pada bab-bab sebelumnya, dan dari hasil analisis serta pembahasan mengenai Pengaruh Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kinerja Marketplace Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Syariah UIN Sultan Maulana Hasanuddin Tahun 2020), yaitu, Kepuasan Konsumen memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja *marketplace*. Hal ini dapat dibuktikan dengan perhitungan nilai sig. $0.000 < 0,05$ maka variabel Kepuasan Konsumen memiliki pengaruh signifikan terhadap Kinerja *Marketplace*. Jika di lihat dari hasil uji t maka peneliti dapat menyimpulkan t hitung terletak pada area pengaruh positif dimana t hitung $6.438 > t$ tabel 1.998. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa H_1 hipotesisnya diterima yang berarti terdapat pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Kinerja *Marketplace* Shopee.

B. Keterbatasan Penelitian

Penelitian yang dilakukan saai ini masih banyak kekurangan dan keterbatasan, diantaranya sebagai berikut:

1. Jumlah responden hanya 66 orang, tentunya masih kurang untuk menggambarkan keadaan sesungguhnya, mengingat lagi persaingan di *marketplace* sungguh sangat besar sehingga harus lebih banyak mencari tau dari orang yang memiliki bisnis *onlineshop*.
2. Subjek penelitian hanya fokus pada Mahasiswa Ekonomi Syariah yang berjualan *onlineshop* di kampus UIN SMH Banten tahun 2020, mengingat mahasiswa hanya beberapa saja yang ikut berbisnis *onlineshop*.
3. Dalam proses pengambilan data, informasi yang diberikan responden melalui kuesioner terkadang tidak menunjukkan pendapat responden yang sebenarnya, hal ini terjadi karena terkadang perbedaan pemikiran, anggapan dan pemahaman yang berbeda disetiap responden, juga faktor lain seperti faktor kejujuran dalam pengisian pendapat responden dalam kuesionernya.

C. Saran

Berdasarkan pembahasan pada bab sebelumnya yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diajukan saran-saran sebagai pelengkap terhadap pembentukan Kepuasan Konsumen Terhadap Kinerja Marketplace

Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Syariah UIN Sultan Maulana Hasanuddin Tahun 2020) adalah sebagai berikut:

1. Bagi Pebisnis *Onlineshop*

Pembisnis harus meningkatkan kepuasan konsumen yang harus dilihat dari berbagai sisi seperti halnya ramah kepada konsumen, membalas chat dalam waktu yang secepatnya, tidak memberikan produk yang me ngecewakan agar dapat meningkatkan kinerja *marketplace* yang dilihat dari seberapa banyak konsumen yang mengunjungi toko *onlineshop* dan berapa banyak yang berbelanja. Agar kedepan nya pembisnis dapat meminimalisir kinerja *marketplace* untuk tahun-tahun berikutnya.

2. Bagi Mahasiswa

peneliti mengharapkan agar penelitian ini dapat berguna bagi mahasiswa yang melakukan penelitian serupa atau melakukan penelitian lanjutan atas topik yang sama. Peneliti berharap agar topik ini dan pembahasan yang telah dipaparkan dapat menimbulkan rasa keingintahuan untuk mengadakan penelitian lanjutan dengan berbagai cara dan dengan jangkauan lebih luas guna mendapatkan hasil yang lebih maksimal. Dan disarankan menggunakan metode yang lain dan menambahkan variabel Independent lainnya.

