

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan analisis dan pengolahan data yang mengacu pada masalah dan tujuan penelitian, maka dapat disimpulkan:

1. Hipotesis untuk Kualitas Produk **H<sub>0</sub>** ditolak dan **H<sub>a</sub>** diterima hal ini ditunjukkan dengan hasil analisis *T-test Independent Samples* menunjukkan bahwa nilai probabilitas signifikansi 0,000 (*2-tailed*) yang lebih kecil dari 0,05 artinya terdapat perbedaan yang signifikan antara kualitas produk Shopee dengan kualitas produk Lazada. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa untuk nilai rata-rata kualitas produk Shopee adalah sebesar 28,17, sedangkan nilai rata-rata Lazada adalah sebesar 25,53. Dari hasil tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa pada kualitas produk Shopee dan Lazada di Kecamatan Pasar Kemis Kabupaten Tangerang terdapat perbedaan yang signifikan.
2. Hipotesis untuk Kepuasan Pelanggan **H<sub>0</sub>** ditolak dan **H<sub>a</sub>** diterima hal ini ditunjukkan dengan hasil analisis *T-test Independent Samples* menunjukkan bahwa nilai probabilitas signifikansi 0,000 (*2-tailed*) yang lebih kecil dari 0,05 artinya terdapat perbedaan yang signifikan antara kepuasan pada pelanggan Shopee dengan

kepuasan pada pelanggan Lazada. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa untuk nilai rata-rata kepuasan pelanggan Shopee adalah sebesar 19,91, sedangkan nilai rata-rata Lazada adalah sebesar 17,41. Dari hasil tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa kepuasan pelanggan pada konsumen Shopee dan Lazada di Kecamatan Pasar Kemis Kabupaten Tangerang terdapat perbedaan yang signifikan.

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka saran yang dapat penulis ajukan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan Lazada, untuk meningkatkan kualitas pada produk serta diharapkan agar dapat meningkatkan kepuasan pada konsumen pengguna Lazada, sehingga dapat bersaing dengan marketplace yang lainnya. Dan untuk Perusahaan Shopee diharapkan untuk mempertahankan kualitas produk serta kepuasan para konsumen pengguna Shopee.
2. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan untuk membandingkan dengan satu sampel yang sama yaitu sampel yang pernah menggunakan kedua marketplace tersebut untuk mengetahui kualitas produk dan kepuasan konsumen Shopee dan Lazada. Ataupun peneliti selanjutnya disarankan untuk mengkaji variabel

lain, untuk dapat menilai lebih dalam mengenai perbedaan antara marketplace Shopee dan Lazada. Penelitian tersebut diharapkan dapat membantu perusahaan dalam melakukan perbaikan, mampu bersaing dan bertahan dengan perusahaan sejenis lainnya dan dapat menjadi market leader.