

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. Dimensi *tangibles*, *realibility*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* memiliki *p value* lebih kecil dari 0,05 yang berarti terdapat perbedaan *tangibles*, *realibility*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* antara Shopee dan Tokopedia.
2. Kualitas Pelayanan Shopee lebih unggul dibandingkan Tokopedia dikarenakan Shopee memiliki reputasi yang kuat dalam aspek *reliability*, yang tercermin dalam efisiensi sistem logistiknya, proses pembayaran yang lancar, layanan pelanggan yang responsif, teknologi yang canggih memungkinkan Shopee untuk memproses permintaan pelanggan dengan cepat dan penanganan keluhan konsumen ditanggap dengan baik.

5.2 Saran

Saran yang ingin peneliti berikan berdasarkan dari hasil penelitian yang ada adalah sebagai berikut :

1. Hasil penelitian mengenai kualitas pelayanan pada *Marketplace* Shopee dan Tokopedia di Kota Sidoarjo sekiranya dapat dijadikan informasi atau masukan mengenai perbedaan kualitas pelayanan pada *Marketplace* Shopee dan Tokopedia bagi peneliti lainnya. Selain itu bagi peneliti selanjutnya diharapkan dan disarankan dapat meneliti variabel lain, agar

dapat menilai lebih mendalam mengenai perbedaan *Marketplace* Shopee dan Tokopedia.

2. Untuk dimensi persepsi Kualitas Pelayanan yang paling mendapat nilai rendah dari responden yaitu *Responsiveness* (Tanggap), dari hasil penelitian ini diharapkan baik Shopee maupun Tokopedia agar mampu memperbaiki pelayanan terhadap merespon pelanggan dan menyediakan *Customer Service* yg lebih baik lagi dari sebelumnya terutama untuk menangani keluhan ataupun masalah-masalah dari pelanggan.
3. Meningkatkan kualitas pelayanan pada dimensi *tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy* pada setiap butir faktor penilaiannya, sehingga tiap dimensi atau indikator dapat meningkat sebesar satu satuan dari yang "kurang baik" menjadi "baik" dan "sangat baik" menjadi "amat sangat baik".