

## Bab V

### Kesimpulan dan Saran

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan temuan dari penelitian yang telah dilakukan, mulai dari pengumpulan, pengolahan, hingga analisis data yang dilakukan terhadap Analisis Pengaruh Kepercayaan, Pengalaman Pengguna, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna E-commerce Shopee di Surabaya, sehingga dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan Uji F didapatkan nilai  $F_{hitung}$  47,084 lebih besar dari  $F_{tabel}$  (2,67). Sehingga dapat disimpulkan  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, Yang artinya bahwa variabel Kepercayaan (X1), Pengalaman Pengguna (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3) berpengaruh secara simultan (Bersama-sama) terhadap Kepuasan Konsumen (Y).
2. Berdasarkan Uji T variabel Kepercayaan (X1) didapatkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 0,345 lebih kecil dari  $t_{tabel}$  (1,65529). Sehingga dapat disimpulkan  $H_0$  diterima dan  $H_2$  ditolak, yang dapat diartikan bahwa variabel Kepercayaan (X1) tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen (Y).
3. Berdasarkan Uji T variabel Pengalaman Pengguna (X2) didapatkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,792 lebih besar dari  $t_{tabel}$  (1,65529). Sehingga dapat disimpulkan  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima, yang dapat diartikan bahwa

variabel Pengalaman Pengguna (X2) berpengaruh secara signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

4. Berdasarkan Uji T variabel Kualitas Pelayanan (X3) didapatkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 6,128 lebih besar dari  $t_{tabel}$  (1,65529). Sehingga dapat disimpulkan  $H_0$  ditolak dan  $H_4$  diterima, yang dapat diartikan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X3) berpengaruh secara signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

## 5.2 Saran

Dari hasil penelitian dan diskusi yang telah dijelaskan sebelumnya, terdapat beberapa saran yang dapat disampaikan oleh penulis, yaitu :

1. Setelah melakukan penelitian, diharapkan hasil penelitian ini dapat berkontribusi dalam penelitian selanjutnya dengan menjadi sumber referensi, tambahan informs, dan pengetahuan bagi peneliti selanjutnya yang menginginkan permasalahan yang sama dengan penelitian ini.
2. Pada hasil penelitian variabel Kepercayaan (X1) tidak memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen (Y) maka diharapkan peneliti selanjutnya untuk menambah atau mengganti indikator pada variabel Kepercayaan sehingga dapat berpengaruh secara signifikan pada variabel kepuasan konsumen.
3. Penelitian ini membutuhkan peningkatan dan penambahan variabel guna hasil yang maksimal dalam penelitian di masa depan bagi peneliti selanjutnya.

4. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan masukan bagi perusahaan untuk memecahkan masalah yang melibatkan kepercayaan, pengalaman pengguna, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen bagi pengguna E-commerce Shopee.