

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian yang berjudul “Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi Shopee Menggunakan Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Potential Gain in Customer Value* (PGCV)”, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI), diperoleh nilai CSI sebesar 81,17%. Nilai ini termasuk dalam kategori "Sangat Puas" menurut skala indeks CSI, yang menggambarkan bahwa mayoritas pengguna aplikasi Shopee di Kota Jambi memiliki tingkat kepuasan yang tinggi terhadap layanan yang diberikan. Angka tersebut menunjukkan bahwa secara umum, layanan Shopee telah memenuhi bahkan melampaui ekspektasi pengguna dalam berbagai aspek, seperti efisiensi transaksi, kelengkapan produk, kenyamanan penggunaan aplikasi, serta kemudahan dalam proses pembelian. Tingkat kepuasan yang tinggi ini juga mencerminkan keberhasilan aplikasi Shopee dalam menciptakan pengalaman berbelanja yang memuaskan bagi penggunanya, sehingga mampu mempertahankan loyalitas pelanggan di tengah persaingan yang ketat antar platform *e-commerce*.
2. Hasil analisis yang dilakukan dengan metode *Potential Gain in Customer Value* (PGCV) berhasil mengidentifikasi atribut-atribut layanan yang perlu mendapat perhatian khusus dari Shopee dalam upaya meningkatkan kualitas layanannya. Dari 16 atribut yang dianalisis berdasarkan lima dimensi dalam model M-SQUAL, yaitu *Efficiency*, *Fulfillment*, *Privacy*, *Contact*, dan *Responsive*, ditemukan prioritas perbaikan pada kualitas layanan aplikasi Shopee berdasarkan hasil perankingan dari nilai PGCV tertinggi hingga terendah. Pada peringkat tertinggi ditempati oleh atribut CON3 (Saya dapat berbicara langsung dengan perwakilan layanan Shopee jika ada masalah) yang menjelaskan mengenai seberapa tinggi jaminan dari aplikasi Shopee untuk pengguna dapat berbicara langsung dengan perwakilan layanan Shopee jika ada masalah. Adapun peringkat terendah ditempati oleh atribut EFF2 (Shopee memungkinkan saya untuk menyelesaikan transaksi dengan cepat) yang menjelaskan seberapa tinggi tingkat keandalan aplikasi Shopee dalam menyelesaikan transaksi pengguna secara cepat dan efisien.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan, penulis ingin memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat memberikan masukan yang berharga, baik bagi pengelola aplikasi Shopee maupun bagi penelitian selanjutnya.

### 1. Saran Untuk Pihak Shopee Sebagai Objek Penelitian

Berdasarkan hasil Customer Satisfaction Index (CSI) yang menunjukkan tingkat kepuasan pengguna mencapai 81,17% dalam kategori "sangat puas", Shopee telah berhasil menciptakan layanan e-commerce yang disukai oleh para penggunanya. Namun, analisis PGCV menunjukkan adanya beberapa atribut yang masih belum sepenuhnya memenuhi harapan pengguna. Oleh karena itu, penulis menyarankan agar pihak Shopee memprioritaskan peningkatan dan perbaikan kualitas pada atribut yang memiliki nilai PGCV tertinggi hingga terendah.

### 2. Saran Untuk Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan fokus pada pengguna Shopee yang berada di Kota Jambi. Untuk penelitian selanjutnya, penulis memiliki saran untuk memperluas cakupan wilayah ke kota atau provinsi lain, sehingga dapat diperoleh gambaran kepuasan pengguna Shopee yang lebih luas dan representatif terhadap kondisi nasional. Selain itu, penulis juga menyarankan untuk mengembangkan model analisis yang lebih komprehensif dengan mengintegrasikan metode lain, seperti *Importance Performance Analysis* (IPA) atau *Structural Equation Modeling* (SEM) untuk melihat pengaruh antar dimensi terhadap kepuasan dengan cara yang lebih mendalam.