

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, adapun kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Reputasi berpengaruh signifikan terhadap Kepercayaan Pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa reputasi berkontribusi besar dalam meningkatkan kepercayaan pelanggan yang dipengaruhi beberapa faktor seperti kualitas pelayanan yang diberikan pelanggan, semakin tinggi atau baik pelayanan yang diberikan oleh pelanggan, maka akan semakin tinggi kepercayaan pelanggan. Dengan demikian reputasi berkontribusi besar dalam meningkatkan kepercayaan pelanggan Shopee di Kota Jambi.
- b. *Electronic Word of Mouth (e-WOM)* berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan pelanggan Shopee di Kota Jambi. Informasi, ulasan pelanggan, atau pengalaman yang dibagikan oleh pengguna lain melalui media sosial, forum *online*, dan kolom ulasan pada *platform* Shopee menjadi sumber referensi yang penting bagi pelanggan sebelum melakukan pembelian. Ketika *e-WOM* yang diterima bersifat positif, kredibel, dan konsisten, maka pelanggan cenderung merasa lebih yakin terhadap kualitas produk dan layanan yang ditawarkan. Oleh karena itu, *e-WOM* memainkan peran strategis dalam membentuk persepsi dan meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap Shopee.
- c. *Web Quality* berpengaruh yang signifikan terhadap kepercayaan pelanggan Shopee di Kota Jambi. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas web meliputi kemudahan navigasi, kecepatan akses, keamanan transaksi, dan tampilan yang menarik, maka semakin tinggi pula tingkat kepercayaan pelanggan dalam melakukan transaksi. Kualitas web yang optimal memberikan pengalaman pengguna yang positif, memperkuat persepsi profesionalitas, dan mengurangi risiko yang dirasakan pelanggan saat berbelanja secara online. Oleh karena itu, peningkatan *Web Quality* menjadi salah satu faktor kunci dalam membangun dan mempertahankan kepercayaan pelanggan terhadap

platform *Marketplace* seperti Shopee.

- d. Hasil uji simultan (uji F), diketahui bahwa variabel reputasi, *web quality*, dan *electronic word of mouth (e-WOM)* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan pelanggan Shopee di Kota Jambi. Hal ini menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut secara kolektif mampu menjelaskan variabilitas tingkat kepercayaan pelanggan. Dengan kata lain, kombinasi dari reputasi perusahaan, kualitas situs web, dan kekuatan e-WOM memiliki peran penting dalam membentuk dan meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap Shopee. Oleh karena itu, strategi yang mengintegrasikan ketiga aspek tersebut perlu terus dikembangkan untuk menjaga dan memperkuat loyalitas pelanggan.

6.2 Saran

6.2.1 Saran Akademis

Penelitian ini menunjukkan bahwa reputasi, *web quality*, dan *e-WOM* secara simultan dan parsial berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan pelanggan Shopee di Kota Jambi. Temuan ini dapat menjadi landasan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan model penelitian dengan menambahkan variabel lain seperti kepuasan pelanggan, pengalaman pengguna, atau faktor demografis sebagai variabel moderasi atau mediasi. Selain itu, penelitian serupa dapat dilakukan di wilayah atau platform *Marketplace* lain untuk memperluas generalisasi hasil.

6.2.2 Saran Praktis

1. Berdasarkan temuan penelitian, indikator dengan nilai terendah adalah “Shopee menangani keluhan dan pengembalian produk dengan cepat dan efisien”. Oleh karena itu, disarankan agar Shopee meningkatkan kualitas pelayanannya dengan mempercepat respon terhadap komplain, menyederhanakan prosedur pengembalian barang, dan memberikan edukasi kepada penjual tentang standar layanan yang baik. Hal ini penting untuk menjaga dan meningkatkan reputasi Shopee di mata pelanggan.

2. Berdasarkan hasil penelitian pada variabel *Electronic Word of Mouth*, indikator dengan nilai terendah terdapat pada pernyataan “Konten yang ditampilkan di Shopee relevan dengan produk yang dicari” dengan skor kumulatif sebesar 380 dan berada pada kategori Tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun mayoritas responden menilai konten Shopee sudah baik, masih ada sebagian pengguna yang merasa rekomendasi produk yang muncul kurang relevan dengan kebutuhan mereka. Shopee disarankan untuk meningkatkan algoritma rekomendasi produk dan menyempurnakan fitur pencarian agar hasil yang ditampilkan lebih sesuai dengan kata kunci pencarian pengguna. Selain itu, Shopee juga dapat memperluas pilihan filter dan kategori produk, serta memastikan iklan yang muncul tetap relevan agar pengalaman pengguna lebih optimal.
3. Berdasarkan hasil penelitian pada variabel *Web Quality*, indikator dengan nilai terendah terdapat pada pernyataan “Desain tampilan website Shopee menarik dan mudah dipahami” dengan skor kumulatif sebesar 390 dan berada pada kategori Tinggi. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun mayoritas responden menilai desain website Shopee sudah baik, masih ada sebagian pengguna yang merasa tampilan website dapat ditingkatkan lagi, khususnya dari segi estetika dan kemudahan penggunaan. Shopee disarankan untuk melakukan penyempurnaan terhadap desain antarmuka website dengan memperhatikan aspek visual dan kenyamanan pengguna. Perbaikan dapat dilakukan dengan memperbarui tampilan agar lebih modern, sederhana, dan enak dilihat, serta memastikan navigasi lebih intuitif sehingga mudah dipahami oleh semua kalangan pengguna, termasuk pengguna baru.