

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Hasil penelitian, penjelasan bab sebelumnya, dan pembahasan tentang teori dan konsep yang mendukung penelitian ini berjudul Pengaruh Marketing Digital, Persepsi Harga, dan Kualitas Layanan Elektronik terhadap Kepuasan Konsumen E-Commerce Shopee di Jakarta Selatan. Kesimpulan ini didasarkan pada analisis data dari diskusi yang telah dilakukan :

1. Hasil analisis menunjukkan bahwa *Digital Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan *e-commerce* Shopee di Jakarta Selatan. Dengan kata lain, jika *Digital Marketing* terus berkembang, kepuasan pelanggan *e-commerce* Shopee di Jakarta Selatan akan meningkat.
2. Hasil analisis menunjukkan bahwa Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan *E-Commerce* Shopee di Jakarta Seltan. Dengan kata lain, kepuasan Pelanggan *E-Commerce* Shopee di Jakarta Selatan akan meningkat jika Persepsi Harga meningkat.
3. Hasil analisis menunjukkan bahwa *E – Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan *E-Commerce* Shopee di Jakarta Seltan. Dengan kata lain, kepuasan Pelanggan *E-Commerce* Shopee di Jakarta Selatan akan meningkat jika *E – Service Quality* meningkat.

B. SARAN

Berdasarkan analisis penelitian dan temuan sebelumnya, penulis berusaha menyampaikan beberapa rekomendasi yang mungkin bermanfaat bagi dunia akademik dan peneliti selanjutnya, di antaranya :

1. *E – Commerce* Shopee mampu membangun *Digital Marketing* karena dapan memberikan pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. Namun, *E – Commerce* Shopee harus lebih focus pada peningkatan Interaktivitas dalam seluruh konten atau pemasaran produknya. Sehingga diharapkan dapat memberi peningkatan dalam Kepuasan Konsumen di *E – Commerce* Shopee.

2. *E – Commerce* Shopee mampu membangun Persepsi Harga karena dapan memberikan pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. Namun, *E – Commerce* Shopee harus lebih focus pada peningkatan Kesesuaian Harga terhadap kualitas produk dalam seluruh produknya. Sehingga diharapkan dapat memberi peningkatan dalam Kepuasan Konsumen di *E – Commerce* Shopee.
3. *E – Commerce* Shopee mampu membangun *E – Service Quality* karena dapan memberikan pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. Namun, *E – Commerce* Shopee harus lebih focus pada peningkatan kompensasi dalam seluruh pelayanannya. Sehingga diharapkan dapat memberi peningkatan dalam Kepuasan Konsumen di *E – Commerce* Shopee.

