

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan sebelumnya perihal pengaruh persepsi keadilan (*justice*) pada *service recovery* yang dilakukan oleh Shopee terhadap loyalitas konsumennya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil analisis deskriptif yang telah diuraikan sebelumnya di bab 4, dapat diketahui bahwa secara keseluruhan Shopee sudah baik dalam menerapkan persepsi keadilan (*justice*) pada *service recovery* yaitu : *distributive justice*, *procedural justice*, *interactional justice*. Dimana *interactional justice* sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi *service recovery* yang mendapatkan nilai tertinggi, sementara *distributive justice* mendapatkan nilai terendah. Setiap persepsi keadilan (*justice*) dalam *service recovery* mempunyai cara masing-masing untuk dapat memulihkan kekecewaan konsumen sehingga tercipta loyalitas konsumen. Pada persepsi keadilan (*justice*) yaitu *distributive justice*, responden sudah merasa menerima kompensasi/ penyelesaian masalah oleh Shopee sudah memenuhi keinginan konsumen yang dianggap sesuai oleh konsumen terhadap masalah yang konsumen alami. Secara keseluruhan Shopee telah memberikan kompensasi yang sesuai atau dapat dikatakan adil dalam menangani permasalahan kegagalan layanan yang dialami oleh konsumen. Jika dilihat pada faktor *procedural justice*, Shopee sudah memiliki kebijakan dan praktik yang adil dalam menangani masalah yang dihadapi oleh konsumen. Dalam menangani masalah Shopee juga sudah merespon masalah konsumen secara tepat waktu dan sudah menunjukkan fleksibilitas untuk memudahkan konsumen dalam menyampaikan keluhan mereka. Pada faktor *interactional justice*, konsumen Shopee sudah memiliki komunikasi yang baik dan melakukan permintaan yang wajar dalam menangani masalah konsumen. Hal ini dapat dilihat dari responden yang merasa bahwa *customer service* Shopee peduli akan masalah yang mereka alami meskipun keluhan ditangani secara *virtual* atau tidak melalui tatap muka langsung. Secara keseluruhan, Shopee sudah menjalankan *service recovery* dengan baik dan dapat menangani kekecewaan konsumennya untuk dapat menciptakan atau mempertahankan loyalitas konsumennya.
2. Berdasarkan uji hipotesis yang dilakukan dengan menggunakan uji t, ditemukan bahwa persepsi keadilan (*justice*) pada *service recovery* yaitu *distributive justice*, *procedural justice* dan *interactional justice* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen Shopee. Dimana, semakin baiknya penerapan *distributive justice*, *procedural justice* dan *interactional*

justice terhadap loyalitas konsumen akan berdampak pada peningkatan loyalitas konsumen Shopee.

3. Berdasarkan hasil penelitian, tepatnya analisis deskriptif pada loyalitas konsumen. Dapat dilihat bahwa loyalitas konsumen Shopee bisa dikatakan sudah baik, hal ini dapat dilihat dari skor tertinggi yang didapat pada dimensi *repurchase* (pembelian ulang) yaitu dengan *mean* 3,991 yang berarti para konsumen bersedia untuk terus-menerus menggunakan shopee sebagai *e-commerce* yang dipercaya. Konsumen Shopee juga bersedia untuk merekomendasikan Shopee kepada kerabat dan rekan mereka dan secara keseluruhan loyalitas konsumen Shopee sudah baik.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh, peneliti memiliki beberapa saran yang dapat dijadikan pertimbangan bagi pihak-pihak yang berkepentingan, khususnya bagi perusahaan Shopee. Adapun saran-saran yang diberikan adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian, Shopee sudah melakukan *service recovery* dengan baik. Namun untuk dapat menciptakan, mempertahankan dan meningkatkan loyalitas konsumen maka Shopee harus konsisten dan mempunyai komitmen yang baik dalam memberikan dan menerapkan *service recovery* bagi para konsumen. Hal ini dilakukan supaya rasa kekecewaan konsumen bisa teratasi dengan baik dan konsumen tetap menggunakan Shopee.
2. Shopee juga harus terus mempertahankan kualitas layanan yang mereka tawarkan. Hal ini dilakukan untuk mengurangi *service failure* yang dapat menimbulkan kekecewaan konsumen. Kualitas layanan yang baik juga meningkatkan loyalitas konsumen Shopee. Oleh karena itu penting bagi Shopee untuk memperhatikan kualitas layanan yang mereka berikan. Shopee juga bisa lebih memperhatikan *rating* atau *feedback* yang diberikan sesuai mereka menggunakan layanan Shopee sebagai masukan terhadap Shopee. Hal yang dapat diperhatikan selanjutnya adalah dengan memberikan *education* atau pembelajaran akan pentingnya memberikan pelayanan yang terbaik dari shopee *seller* terhadap konsumen.