

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis maka penulis menarik kesimpulan dari penelitian ini mengenai pengaruh kualitas produk, persepsi harga, promosi penjualan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan (Survei pada Pelanggan *Marketplace* Lazada di Kabupaten Kuningan) sebagai berikut :

1. Kualitas produk, persepsi harga, promosi penjualan, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan *marketplace* Lazada di Kabupaten Kuningan.
2. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan *marketplace* Lazada di Kabupaten Kuningan. Artinya bahwa semakin baik kualitas produk yang ditawarkan akan semakin meningkatkan kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan.
3. Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan *marketplace* Lazada di Kabupaten Kuningan. Artinya bahwa semakin sesuai harga yang dipersepsikan oleh konsumen dengan kualitas produk yang diterima maka akan semakin meningkatkan kepuasan pelanggan.
4. Promosi penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan *marketplace* Lazada di Kabupaten Kuningan. Artinya bahwa promosi penjualan yang menarik maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan.
5. Kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan *marketplace* Lazada di Kabupaten Kuningan. Hal ini berarti bahwa meskipun secara arah hubungan, semakin baik kualitas pelayanan yang dilakukan cenderung meningkatkan kepuasan pelanggan, namun besarnya pengaruh tidak cukup kuat atau konsisten untuk dianggap berpengaruh secara nyata dalam konteks penelitian ini.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, peneliti memberikan beberapa saran untuk dijadikan masukan dimasa yang akan datang adapun saran peneliti adalah sebagai berikut :

1. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan pada *marketplace* Lazada yang perlu diperbaiki melalui aspek kualitas produk adalah Lazada perlu meningkatkan pengawasan terhadap kualitas produk dengan memperketat seleksi penjual serta memastikan informasi mengenai spesifikasi dan bahan produk disampaikan secara jelas.
2. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan pada *marketplace* Lazada yang perlu diperbaiki melalui aspek persepsi harga adalah Lazada perlu melakukan evaluasi terhadap strategi penetapan harga yang diberlakukan oleh para penjual di *platform* tersebut. Lazada dapat mendorong seller untuk menawarkan harga yang lebih kompetitif dengan tetap menjaga kualitas produk.
3. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan pada *marketplace* Lazada yang perlu diperbaiki melalui aspek promosi penjualan adalah Lazada perlu melakukan evaluasi terhadap penjadwalan promosi agar lebih relevan dengan kebiasaan belanja dan momen penting bagi konsumen, seperti hari gajian, libur nasional, atau musim belanja tertentu.
4. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan pada *marketplace* Lazada yang perlu diperbaiki melalui aspek kualitas pelayanan adalah Lazada perlu meningkatkan sistem layanan pelanggan dengan memastikan respon yang lebih cepat dan solutif.
5. Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan penelitian ini menjadi rekomendasi atau acuan dalam penelitian tentang variabel kualitas produk, persepsi harga, promosi penjualan, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu juga bagi peneliti selanjutnya diharapkan agar mampu mengembangkan hasil penelitian ini dengan melibatkan variabel *brand image*, variabel keragaman produk, variabel *customer experience* yang tidak terdapat dalam penelitian ini. Sehingga dapat menemukan temuan baru dan menambah ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang pemasaran.