

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil analisis yang telah diperoleh dalam penelitian yang berjudul “Analisis Pengaruh MS-QUAL Terhadap Kualitas Layanan (service) produk fisik dan produk virtual pada E-commerce Bukalapak di Daerah Yogyakarta”. Dengan menggunakan responden sejumlah 135 orang pengguna aplikasi bukalapak di daerah Yogyakarta dan perhitungannya menggunakan analisis linier berganda, maka dapat ditarik kesimpulan dan saran sebagai berikut :

1. Hasil dari indeks taggapan responden memperlihatkan takaran kepuasan pengguna aplikasi Buklapak di daerah Yogyakarta secara keseluruhan adalah “setuju” hal ini menjadi suatu apresiasi Kualitas layanan Bukalapak yang mampu berperan baik dalam memenuhi kebutuhan pengguna, merespon tanggapan pengguna, menyediakan fitur dan konten secara berkala, menyediakan sistem yang mudah dipahami hingga pemecahan masalah yang solutif.
2. Dari hasil analisis regresi menunjukkan bahwa mobile service quality (MS-Qual) berpengaruh positif signifikan terhadap kualitas layanan (service) produk fisik dan virtual aplikasi Bukalapak di daerah Yogyakarta yang ditunjukkan dengan hasil signifikansi sebesar $0.000 < 5\%$ dan dihasilkan nilai F hitung sebesar $19.685 > 1.95$ yang mengartikan bahwa variabel MS-Qual meliputi variabel Efisiensi, Ketersediaan Sistem, Konten, Privasi, Pemenuhan, Responsivitas, Kompensasi, dan Pembayaran mempunyai pengaruh signifikan secara serentak (simultan) terhadap Kualitas layanan (service) produk fisik dan virtual aplikasi Bukalapak di daerah Yogyakarta.
3. Berdasarkan hasil analisis regresi dapat disimpulkan bahwa :

- a. Efisiensi mempunyai pengaruh positif signifikan secara parsial terhadap Kualitas layanan (service) produk fisik dan virtual aplikasi e-commerce Bukalapak di daerah Yogyakarta.
- b. Ketersediaan sistem mempunyai pengaruh positif signifikan secara parsial terhadap Kualitas layanan (service) produk fisik dan virtual aplikasi e-commerce Bukalapak di daerah Yogyakarta.
- c. Konten mempunyai pengaruh positif signifikan secara parsial terhadap Kualitas layanan (service) produk fisik dan virtual aplikasi e-commerce Bukalapak di daerah Yogyakarta.
- d. Privasi tidak berpengaruh signifikan terhadap Kualitas layanan (service) produk fisik dan virtual aplikasi e-commerce Bukalapak di daerah Yogyakarta.
- e. Pemenuhan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Kualitas layanan (service) produk fisik dan virtual aplikasi e-commerce Bukalapak di daerah Yogyakarta.
- f. Responsivitas mempunyai pengaruh positif signifikan secara parsial terhadap Kualitas layanan (service) produk fisik dan virtual aplikasi e-commerce Bukalapak di daerah Yogyakarta.
- g. Kompensasi, tidak berpengaruh signifikan terhadap Kualitas layanan (service) produk fisik dan virtual aplikasi e-commerce Bukalapak di daerah Yogyakarta.
- h. Kontak mempunyai pengaruh positif signifikan secara parsial terhadap Kualitas layanan (service) produk fisik dan virtual aplikasi e-commerce Bukalapak di daerah Yogyakarta.
- i. Pembayaran mempunyai pengaruh positif signifikan secara parsial terhadap Kualitas layanan (service) produk fisik dan virtual aplikasi e-commerce Bukalapak di daerah Yogyakarta.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian ini peneliti dapat memberikan saran berupa :

1. Dari hasil analisis regresi untuk variabel Efisiensi merupakan variabel dengan nilai kualitas layanan yang paling rendah dilihat dari tanggapan pengguna. Kasus ini harus ditindak lanjuti oleh pihak Bukalapak untuk bisa menjaga keutuhan kualitas yang baik dengan cara menyediakan sistem yang lebih efektif dalam merespon proses pembukaan halaman, cepatnya melakukan transaksi hingga meningkatkan kecepatan respon dari fitur-fitur yang sedang digunakan oleh pengguna secara efisien.
2. Kualitas layanan aplikasi Bukalapak telah mencapai dimana pengguna memahami dengan baik aplikasi tersebut dilihat dari respon pengguna pada kuisinnoer. Bukalapak harus mampu menjaga kesetabilan dan pembaharuan Konten secara berkala karena hal ini signifikan dan sangat besar pengaruhnya terhadap kualitas yang dihasilkan, Keanekaragaman fitur yang mampu menyesuaikan dengan pemahaman pengguna, Konten-konten yang di disain sedemikian rupa untuk menambah minat kesenangan tersendiri bagi pengguna, Kasus ini dapat menjadi apresiasi bagi pelaku usaha pasar online / marketplace seperti e-commerce Bukalapak, agar mampu memberikan konsentrasi khusus kepada kualitas layanan yang di kembangkannya.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penulis dalam melakukan penelitian memiliki keterbatasan sebagai berikut :

1. Daerah Yogyakarta tentunya sangat banyak konsumen yang menggunakan aplikasi Bukalapak terlepas dari segala umur. Sehingga penelitian ini kurang mengeneralisasikan responden pengguna aplikasi Bukalapak secara keseluruhan.
2. Objek variabel penelitian memiliki nilai besaran pengaruh 58,6 % terhadap kajian yang diteliti yakni kualitas layanan aplikasi Bukalapak, oleh karena itu masih terdapat 41.4 % yang masih belum tersampaikan dan dapat di lengkapi pada penelitian penelitian selanjutnya.