

BAB 5

KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini menguji tentang Pengaruh *Information Quality*, *Product Variety* dan *Delivery Service* terhadap Kepuasan Konsumen. Urgensi dalam penelitian ini terkait dengan kepuasan konsumen dalam pembelian produk pada *marketplace* Sociolla. Hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Information Quality* berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan konsumen pengguna *marketplace* Sociolla di Indonesia. Artinya semakin baik dan lengkap *information quality* sesuai indikatornya, maka akan semakin puas konsumen pengguna *marketplace* Sociolla di Indonesia.
2. *Product Variety* berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan konsumen pengguna *marketplace* Sociolla di Indonesia. Artinya semakin baik dan lengkap *product variety* sesuai indikatornya, maka akan semakin puas konsumen pengguna *marketplace* Sociolla di Indonesia.
3. *Delivery Service* tidak berpengaruh signifikan namun memiliki arah positif terhadap kepuasan konsumen pengguna *marketplace* Sociolla di Indonesia.

5.2. Keterbatasan

Penelitian ini masih terbatas dalam menjangkau responden Sociolla karena instrumen kuesioner yang dibagikan melalui google form tidak ada form pengisian domisili, sehingga responden penelitian tidak diketahui darimana responden berasal.

5.3. Saran

1. Saran Akademis

Pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen seperti *website design*, *security*, *e-service quality*, *payment method*, *product quality*. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi salah satu referensi untuk penelitian selanjutnya.

2. Saran Praktis

Diharapkan kepada konsumen pengguna *marketplace* Sociolla yang ada di Indonesia memahami dengan bijak tahapan-tahapan proses pembelian produk di *marketplace* Sociolla dan mengetahui faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dengan memperhatikan *information quality*, *product variety* dan *delivery service*. Hal tersebut dilakukan agar tidak salah memilih dalam pembelian produk di *marketplace* Sociolla.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah. (2018). Pengaruh Harga, Service Delivery, Dan Fasilitas Tracking Sistem Terhadap Kepuasan Konsumen.
- Al-Hakim, L. (2007). *Information Quality Management: Theory and Applications*. Hershey: Idea Group Publishing.
- Amarin, S., & Wijaksana, T. I. (2021). Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pengguna Aplikasi Berrybenka di Kota Bandung). *Business Management Analysis Journal*, 4 (1).
- Artaya, I Putu, dan Purworusmiardi, Tubagus. (2019). Efektifitas Marketplace Dalam Meningkatkan Konsentrasi Pemasaran Dan Penjualan Produk Bagi UMKM Di Jawa Timur.
- Bintari, W. P., Udayana, I., & Maharani, B. D. (2022). Pengaruh Usability, Information Quality, dan Service Interaction Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Tokopedia di Kabupaten Kediri). *Jurnal Perspektif*, 20(1).
- Budiarta, I Ketut, N. M. S. R. (2016). Pengaruh Kualitas Sistem Informasi, Kualitas Informasi dan Perceived Usefulness Pada Kepuasan Pengguna Akhir Software Akuntansi (Studi Empiris Pada Hotel Berbintang Di Provinsi Bali). *E-Journal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 5.1, 1, 115-142.
- Christy, M. K., & Matthew, K. O. (2005). Consumer Satisfaction With Internet Shopping: A Research Framework And Propositions For Future Research. *7th International Conference On Electronic Commerce*, 327-334.
- Dai, W., & Lee, J.-H. (2018). Effects of Website Characteristics and Delivery Service Quality on Repurchase Intention. *Journal of Industrial Distribution & Business*, 9(5), 17–24.
- DeLone, W. H., & McLean, E. R. (2003). The DeLone and McLean Model of Information Systems Success: A Ten-Year Update. *Journal of Management Information Systems*, 9-30.
- Erwanto, A. P. (2018). Pengaruh Promosi dan Customer Delivery Service Terhadap Repatronage Intention Pada McDonalds Gresik Kota Baru, (2015), 10–22.
- Finthariasari, M., Ekowati, S., & Krisna, R. (2020). Pengaruh Kualitas Prouk, Display Layout Dan Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 8(2), 182–195.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25

Edisi 9. Semarang: Universitas Diponegoro.

- Guo, X., Ling, K. C., & Liu, M. (2012). Evaluating Factors Influencing Consumer Satisfaction towards Online Evaluating Factors Influencing Consumer Satisfaction towards Online Shopping in China.
- Hidayat, R., & Resticha, D. (2019). Analisis Pengaruh Variasi Produk Dan Labelisasi Halal Terhadap Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang Pada Kosmetik Wardah. *Journal of Applied Business Administration*, 3(1), 40–52.
- Irawati, R., & Prasetyo, I. B. (2021). Pemanfaatan Platform E-Commerce Melalui Marketplace Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan dan Mempertahankan Bisnis di Masa Pandemi (Studi pada UMKM Makanan dan Minuman di Malang). *Penelitian Manajemen Terapan*, 6, 114–133.
- Jayunty, W. (2020). Pengaruh E-Service Quality dan Informasion Quality Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Daring Di Aplikasi Shopee (Studi Pada Konsumen Shopee di Kota Jambi). Doctoral Dissertation: Universita Jambi.
- Jogiyanto, H. M. (2005). Sistem Teknologi Informasi: Pendekatan Terintegrasi: Konsep Dasar, Teknologi, Aplikasi, Pengembangan dan Pengelolaan. Edisi 2. Yogyakarta: Andi Offset.
- Katerattanakul, P. (2002). Framework Of Effective Website Design For Business To Cunsumer Internet Commerce. *Information Systems and Operational Research*, 57-70.
- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. (2020). Dampak Pandemi, Transaksi Berbelanja Online Produk Kosmetik Naik 80%. Didapatkan dari <https://kemenperin.go.id/artikel/22137/>
- Khoiriah, S. (2017). Pengaruh Keragaman Produk Dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada “Barokah Mini Market Gunung Terang Di Kabupaten Oku Timur”. *Jurnal AKTUAL*, 15(1), 10.
- Kotler, P&Keller, K.L. (2007). Manajemen Pemasaran (Edisi Kedua). Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P & Keller, K.L.(2015). Marketing Management. Harlow: Pearson.
- Limayem, M., Khalifa, M., & Frini, A. (2000). What makes consumers buy from Internet? A longitudinal study of online shopping. *IEEE Transactions on Systems Man and Cybernetics - Part A Systems and Humans*, 30(4), 421–432.
- Liu, X., He, M., Gao, F., & Xie, P. (2008). An Empirical Study of Online Shopping Customer Satisfaction in China: A Holistic Perspective", *International*

Journal of Retail & Distribution Management, Vol. 36 Issue: 11, 919-940.

- Maiyaki, A. A., & Mokhtar S. S. (2016). Correlates Of Consumer Online Buying Behaviour. *International Journal of Management and Applied Science*, 23-28.
- Mehrjoo, M. & Pasek, Z. J. (2014). Impact of Product Variety on Supply Chain in Fast Fashion Apparel Industry. *Variety Management in Manufacturing*, 296-301.
- Muslim, M. (2020). PHK Pada Masa Pandemi Covid-19. *ESENSI: Jurnal Manajemen Bisnis*, 23(3), 357–370.
- Nizarudin, A. (2018). Peran System Quality Dan Information Quality Dalam Mendukung Keberhasilan Implementasi Simda Desa (Studi Kasus Pada Desa-Desa Di Kabupaten Bangka). *Jurnal Riset Terapan Akuntansi*, vol.2, No.(2579–969X), 1–6.
- Nugroho, N. T. (2015) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Survey Pada Pelanggan Speedy Telkom Di Kota Surakarta). *Jurnal Paradigma Universitas Islam Batik Surakarta*, 114-122.
- Peter, J.P. & Oslon, J.C. (2009). *Consumer Behavior&Marketing Strategy*. New York: McGraw-Hill/Irwin.
- Putra, J. I., & Octavia, D. (2017). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 103-111.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sari, M. P. (2015). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Situs Lazada.co.id Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis USU. Undergraduated Thesis, Universitas Sumatera Utara.
- Schaup, L. C. & Belanger, F. (2005). A conjoint Analysis Of Online Consumer Satisfaction. *Journal Of Electronic Commerce Research*, 95-111.
- Silalahi, A. (2021). Pengaruh Variasi Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Klinik Kecantikan Naavagreen Natural Skin Care Batam.
- Simamora, F. N., & Situmeang, F. Y. (2018). Analisa Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Showroom Garuda Sibolga. *Jurnal Institusi Politeknik Ganesha Medan Juripol*, 68-79.
- Statista. (2020). E-commerce Indonesia - Statista Market Forecast. Retrieved from Statista: <https://www.statista.com/outlook/dmo/ecommerce/indonesia>

- Strauss, J., & Frost, R. (2001). *E-marketing*. New Jersey: Upper Saddle.
- Sugiyono, (2017). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutarsa, M., Budiman, A., & Kurniadi, Y. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kandang Kopo Tasikmalaya. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 20(1), 100–105.
- Suwito, A. R., & Soenarmi, N. M. W. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan, Image, dan Variasi Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Koperasi Kareb Bojonegoro. *MAP (Jurnal Manajemen Dan Administrasi Publik)*, 1(1), 110–123.
- Suzanto, B. (2011). Pengaruh Kualitas Jasa Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Pada Rumah Sakit Umum Kota Banjar. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, 5(1), 28–44.
- Tamon, N. P., Manoppo, W. ., & Temengkel, L. F. (2021). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada CV. DEFMEL Leilem. *Productivity*, 2(4), 309–314.
- Wijaya, C. (2008). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Prroduk Fashion Di Lazada. *Agora*, 6(2).
- Wilson, N., & Christella, R. (2019). An Empirical Research of Factors Affecting Customer Satisfaction: A Case of the Indonesian E-Commerce Industry. *DeReMa (Development Research of Management): Jurnal Manajemen*, 14(1), 21.
- Wilson, N., & Keni (2018). Pengaruh Website Design Quality dan Kualitas Jasa Terhadap Repurchase Intention: Variabel Trust sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Managemen dan Pemasaran Jasa*, 291-310.
- Xia, N., & Rajagopalan, S. (2009). Standard vs Custom Products: Variety, Lead Time and Price Competition. *Marketing Science*, 887-900.
- Ziaullah, M., Feng, Y., & Akhter, S. N. (2014). *E-loyalty: The Influence of product quality and delivery service on e -trust and e-satisfaction in China*. *Internasional Journal of Advantacement in Research & Technology*, 20-31.