

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dengan keputusan pembelian sebagai variabel intervening pada konsumen sepatu Ardiles di Shopee, maka dapat disimpulkan beberapa hal berikut ini:

1. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Konsumen cenderung mengambil keputusan untuk membeli sepatu Ardiles apabila mereka menilai bahwa produk memiliki kualitas yang baik, seperti desain yang menarik, kenyamanan saat digunakan, serta daya tahan yang tinggi. Artinya, kualitas produk menjadi faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen.

2. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pelayanan yang baik, seperti keramahan, ketepatan waktu pengiriman, serta responsif terhadap pertanyaan konsumen, terbukti dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian. Konsumen merasa lebih yakin untuk membeli apabila mereka mendapatkan pelayanan yang memuaskan selama proses pembelian.

3. Keputusan pembelian berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Konsumen yang merasa telah membuat keputusan pembelian yang tepat berdasarkan kualitas produk dan pelayanan cenderung merasakan kepuasan setelah menerima produk. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian merupakan penentu utama dalam terbentuknya kepuasan konsumen.

4. Kualitas produk tidak berpengaruh langsung secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Meskipun produk dinilai berkualitas, hal tersebut tidak secara langsung menciptakan rasa puas pada konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk perlu didukung oleh proses pembelian yang baik agar dapat membentuk kepuasan secara keseluruhan.

5. Kualitas pelayanan tidak berpengaruh langsung secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pelayanan yang baik belum tentu langsung menciptakan kepuasan, karena konsumen menilai kepuasan berdasarkan keseluruhan pengalaman pembelian, termasuk proses dan hasil dari keputusan membeli produk tersebut.

6. Kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen melalui keputusan pembelian sebagai variabel mediasi.

Artinya, produk yang dinilai berkualitas mendorong konsumen untuk membeli, dan keputusan tersebut selanjutnya menciptakan rasa puas.

Dengan kata lain, keputusan pembelian menjadi jalur penting bagi kualitas produk untuk menciptakan kepuasan konsumen.

7. Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen melalui keputusan pembelian sebagai variabel mediasi.

Pelayanan yang memuaskan mendorong konsumen untuk mengambil keputusan pembelian, yang kemudian menciptakan kepuasan. Ini menunjukkan bahwa pelayanan perlu difokuskan untuk memperkuat keyakinan konsumen dalam pengambilan keputusan.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka beberapa saran yang dapat diajukan bagi pihak terkait, khususnya manajemen Ardiles maupun pelaku bisnis e-commerce, adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan kualitas produk secara konsisten.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, serta berpengaruh tidak langsung terhadap kepuasan konsumen melalui keputusan pembelian. Oleh karena itu, perusahaan perlu menjaga konsistensi mutu produk agar tetap sesuai dengan ekspektasi konsumen. Ardiles disarankan untuk memperkuat proses *quality control* di setiap tahapan produksi, mulai dari pemilihan bahan baku hingga tahap akhir pengepakan produk. Selain itu, pengembangan desain yang mengikuti tren fashion masa kini perlu diperhatikan agar produk tetap kompetitif di pasar online. Perusahaan juga sebaiknya menyediakan variasi

warna, ukuran, dan model yang lebih beragam untuk menyesuaikan preferensi konsumen yang berbeda-beda. Dengan demikian, konsumen akan memiliki pengalaman pembelian yang lebih positif, merasa yakin terhadap keputusan pembelian, dan pada akhirnya mencapai kepuasan setelah menggunakan produk..

2. Mengoptimalkan pelayanan pelanggan.

Kualitas pelayanan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian serta memiliki pengaruh tidak langsung terhadap kepuasan konsumen. Oleh sebab itu, Ardiles perlu mengoptimalkan kualitas pelayanan di platform Shopee dengan cara meningkatkan kecepatan respon terhadap pertanyaan dan keluhan pelanggan. Admin toko perlu diberikan pelatihan pelayanan pelanggan yang berorientasi pada empati, kecepatan, dan kejelasan informasi agar mampu memberikan solusi yang tepat bagi konsumen. Selain itu, perusahaan juga dapat menyediakan panduan ukuran (size guide) dan informasi produk yang lengkap dalam bentuk visual untuk menghindari kesalahan pembelian. Pengiriman yang cepat dan kemasan yang aman juga menjadi faktor penting yang harus diperhatikan agar pelanggan merasa puas dan percaya terhadap toko resmi Ardiles. Optimalisasi pelayanan ini akan memperkuat citra merek serta meningkatkan keputusan pembelian konsumen secara berulang

3. Penguatan Strategi Pemasaran Berbasis Keputusan Pembelian Konsumen

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keputusan pembelian menjadi variabel mediasi yang menghubungkan pengaruh kualitas produk dan pelayanan

terhadap kepuasan konsumen. Oleh karena itu, Ardiles perlu mengarahkan strategi pemasarannya untuk memperkuat aspek yang dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Salah satu langkah yang dapat dilakukan adalah dengan memanfaatkan fitur-fitur promosi Shopee seperti *Shopee Live*, *Shopee Video*, atau *Flash Sale* untuk meningkatkan interaksi dan keyakinan konsumen terhadap produk. Perusahaan juga dapat mendorong pelanggan yang puas untuk memberikan ulasan positif agar meningkatkan *trust* calon pembeli baru. Selain itu, program loyalitas seperti pemberian voucher diskon untuk pembelian berikutnya, cashback, atau poin reward dapat diterapkan untuk mempertahankan konsumen lama. Strategi berbasis keputusan pembelian ini tidak hanya membantu memperkuat niat beli konsumen, tetapi juga berdampak langsung terhadap peningkatan kepuasan dan loyalitas mereka.

4. Pengembangan Sistem Umpan Balik Konsumen (*Customer Feedback System*)

Untuk menjaga keberlanjutan kualitas produk dan pelayanan, Ardiles disarankan untuk mengembangkan sistem umpan balik konsumen yang terintegrasi dengan akun toko resminya di Shopee. Sistem ini dapat diwujudkan melalui survei singkat yang dikirimkan secara otomatis setelah pembelian selesai, untuk mengetahui tingkat kepuasan dan saran perbaikan dari pelanggan. Selain itu, perusahaan perlu secara rutin menganalisis data ulasan dan penilaian pelanggan untuk mengidentifikasi keluhan yang sering muncul, sehingga dapat segera dilakukan tindak lanjut. Ardiles juga

sebaiknya membentuk tim khusus yang bertanggung jawab dalam mengelola masukan konsumen serta mengkoordinasikan hasil evaluasi tersebut dengan bagian produksi dan pemasaran. Dengan sistem umpan balik yang efektif, perusahaan akan mampu menyesuaikan strategi dan memperbaiki kekurangan secara cepat, sehingga pengalaman pelanggan semakin baik dan kepuasan meningkat dari waktu ke waktu.

5. Penelitian selanjutnya.

Bagi peneliti berikutnya, disarankan untuk memperluas objek penelitian agar mencakup merek sepatu lokal lainnya atau platform e-commerce berbeda, seperti Tokopedia dan Lazada, guna membandingkan pola perilaku konsumen antarplatform. Penelitian selanjutnya juga dapat menambahkan variabel baru seperti *kepercayaan merek (brand trust)*, *nilai persepsian (perceived value)*, atau *promosi online* untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif tentang faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian dan kepuasan konsumen. Dengan memperluas ruang lingkup dan variabel penelitian, hasilnya dapat memberikan kontribusi teoritis dan praktis yang lebih luas bagi pengembangan ilmu pemasaran digital di Indonesia