

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN



Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh persepsi harga terhadap loyalitas niat penggunaan aplikasi Shopee, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Variabel keterjangkauan harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna Shopee. Yang mengindikasikan bahwa semakin terjangkau harga produk yang tersedia di Shopee, semakin besar kemungkinan pengguna tetap setia menggunakan aplikasi tersebut untuk berbelanja.
2. Variabel persepsi harga juga memiliki hubungan positif dan signifikan dengan loyalitas penggunaan Shopee. Artinya, jika pelanggan menilai bahwa harga yang ditawarkan wajar dan sebanding dengan kualitas yang diterima, maka mereka cenderung lebih loyal dalam menggunakan Shopee sebagai platform belanja *online* utama.
3. Variabel *transactional value* memiliki hubungan negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Ini menunjukkan bahwa manfaat transaksional seperti diskon atau keuntungan sesaat dalam transaksi tidak berperan besar dalam mendorong loyalitas pelanggan terhadap Shopee. Konsumen cenderung lebih mempertimbangkan aspek lain seperti kenyamanan dan keterjangkauan harga dibandingkan keuntungan transaksional sementara.
4. Variabel *acquisition value* terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Faktor seperti kemudahan mendapatkan produk,

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



promo menarik, serta manfaat tambahan yang diberikan Shopee meningkatkan kepuasan pengguna, yang pada akhirnya memperkuat loyalitas mereka terhadap aplikasi ini.

Secara keseluruhan, penelitian ini mengonfirmasi bahwa persepsi harga berperan penting dalam membangun loyalitas pengguna aplikasi Shopee, dengan *price affordability*, *price perception*, dan *acquisition value* sebagai faktor utama yang memengaruhi loyalitas pengguna.

B. Saran

Setelah melakukan penelitian, terdapat beberapa saran yang dapat dipertimbangkan di masa depan, baik bagi perusahaan, maupun bagi peneliti selanjutnya. Beberapa saran tersebut adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

- Menjaga keterjangkauan harga, Shopee dapat terus menawarkan harga yang lebih kompetitif melalui promo diskon, subsidi ongkir, program *cashback*, dan program lainnya, yang menarik bagi konsumen, guna meningkatkan loyalitas pengguna.
- Menjaga persepsi harga yang wajar, Shopee perlu memastikan bahwa harga produk yang ditawarkan sepadan dengan kualitas yang diterima pelanggan, dengan memberikan informasi yang transparan terkait kualitas produk serta menjaga keseimbangan harga di antara berbagai kategori produk.
- Meninjau kembali strategi *transactional value*, mengingat nilai transaksi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas, Shopee dapat lebih



fokus pada strategi jangka panjang seperti peningkatan kualitas layanan, daripada hanya sekadar memberikan insentif transaksi.

- d. Memperkuat nilai akuisisi, Shopee dapat terus mengembangkan fitur-fitur yang meningkatkan kemudahan dalam mendapatkan produk, seperti sistem pencarian yang lebih akurat, pengiriman yang lebih cepat, serta layanan pelanggan yang responsif.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Lebih mendalami objek penelitian dengan fokus yang lebih spesifik. Jika dalam penelitian ini hanya meneliti pengaruh persepsi harga terhadap loyalitas niat penggunaan berulang aplikasi Shopee secara umum, maka penelitian berikutnya dapat memfokuskan kajian pada persepsi harga terhadap produk tertentu di dalam aplikasi Shopee atau *e-commerce* lainnya. Misalnya, meneliti bagaimana persepsi harga memengaruhi minat pembelian berulang produk *skincare* di aplikasi Shopee. Dengan demikian, penelitian selanjutnya dapat memberikan wawasan yang lebih terperinci mengenai dinamika persepsi harga dalam kategori produk tertentu dan memungkinkan perbandingan antar-*platform e-commerce*.
- b. Lebih mendalami variabel penelitian dan memperluas cakupan penelitian, dengan ada kurang kesesuaian salah satu pengertian indikator variabel persepsi harga dan nilai akuisisi. Penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan dan meneliti lebih dalam lagi akan variabel tersebut dan dikembangkan kembali, guna melihat apakah hasil penelitian penelitian tetap konsisten dengan indikator yang berbeda, maupun lingkungan penelitian yang berbeda.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



- c. Melakukan studi perbandingan dengan *e-commerce* lain, guna mendapatkan pemahaman yang lebih luas, penelitian mendatang dapat membandingkan pengaruh persepsi harga terhadap loyalitas pengguna di berbagai platform *e-commerce* lain, seperti Tokopedia, Lazada, atau TiktokShop.

(C) Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.