

## BAB V

### KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan pada penelitian ini, maka dapat dibuat beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas layanan berbasis elektronik pada *marketplace* mendapatkan penilaian yang sangat tinggi dari responden penelitian yang merupakan pengguna *website/aplikasi marketplace* Indonesia. Artinya, *website/aplikasi* yang digunakan oleh pengguna dinilai telah sesuai dengan upaya pemenuhan kebutuhan mereka dalam bertransaksi secara online. Daya tarik alternatif dari pesaing yang ada juga dapat teridentifikasi oleh pengguna yang spesifik. Pengguna *website/aplikasi marketplace* juga memiliki tingkat kepuasan pelanggan, inersia rasional pelanggan dan loyalitas merek yang tinggi, sehingga mereka memiliki *website/aplikasi marketplace* tertentu yang digunakan secara berulang dalam pemenuhan kebutuhannya.
2. Kualitas layanan berbasis elektronik terbukti dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pengguna marketplace. Artinya, semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan oleh suatu platform marketplace maka akan semakin tinggi kepuasan dari penggunanya.
3. Kualitas layanan berbasis elektronik terbukti dapat mempengaruhi tingkat inersia rasional pelanggan marketplace. Artinya, semakin tinggi kualitas

layanan yang diberikan oleh suatu platform marketplace maka akan semakin tinggi inersia rasional dari penggunanya.

4. Daya Tarik alternatif terbukti dapat berpengaruh terhadap inersia rasional pelanggan. Dengan adanya perbedaan penawaran antara penyedia layanan *marketplace* maka memudahkan setiap pengguna untuk membedakan daya tarik yang dimiliki oleh masing-masing *platform marketplace* yang membuat pengguna lebih berfikir rasional ketika tetap menggunakan salah satu platform yang mereka anggap paling sesuai untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan dalam bertransaksi secara online.
5. Kepuasan pelanggan terbukti dapat mempengaruhi inersia rasional pelanggan marketplace. Artinya, semakin tinggi kepuasan yang dirasakan oleh pengguna marketplace maka akan semakin tinggi inersia rasional dari penggunanya yang ditunjukkan oleh perilaku enggan berpindah ke marketplace lain.
6. Kepuasan pelanggan tidak terbukti dapat berpengaruh terhadap inersia rasional pelanggan marketplace. Artinya, tinggi rendahnya kepuasan yang dirasakan oleh pengguna marketplace tidak dapat membuat penggunanya menjadi loyal pada marketplace tertentu. Hal ini dikarenakan kepuasan yang dirasakan pengguna marketplace hanya dirasakan dari aspek pemenuhan kebutuhan dan kenyamanan yang tidak menutupi kemungkinan seorang pengguna untuk mencoba pilihan lain.
7. Inersia rasional pelanggan terbukti dapat mempengaruhi loyalitas merek pada pengguna marketplace. Artinya, semakin tinggi tingkat inersia rasional

pelanggan maka akan semakin tinggi loyalitas merek pada website/aplikasi marketplace yang digunakan.

## 5.2. Implikasi Dan Rekomendasi

Berdasarkan hasil dan pembahasan dalam penelitian ini tentang keterkaitan antara kualitas layanan berbasis elektronik, daya tarik alternatif, kepuasan pelanggan, inersia rasional pelanggan dan loyalitas merek, maka dapat dibuat beberapa implikasi dan rekomendasi sebagai berikut:

1. Perusahaan penyedia layanan marketplace saat ini telah memasuki fase persaingan yang semakin ketat. Setiap perusahaan bersaing untuk memberikan layanan terbaik bagi penggunanya. Kualitas layanan berbasis elektronik menjadi hal yang paling fundamental dalam proses penyampaian nilai dari perusahaan bagi para pengguna layanan marketplace. Pelanggan akan menilai beberapa aspek utama yang diberikan oleh perusahaan marketplace terutama dari kualitas informasi. Informasi yang diberikan oleh penyedia layanan *website/aplikasi marketplace* harus dapat mengakomodir kebutuhan dari penggunanya, baik dari keakuratan, relevansi, ketepatan waktu dan kelengkapannya. Selain itu, setiap *website/aplikasi marketplace* juga harus memberikan jaminan keamanan yang baik yang dibuktikan dengan tingkat kepercayaan yang tinggi yang dapat memberikan rasa aman bagi penggunanya. Fitur navigasi dan akses yang mudah, serta kelengkapan fungsi transaksi yang diberikan oleh penyedia layanan marketplace juga menjadidi dasar evaluasi oleh setiap pengguna yang dianggap sebagai keutamaan fungsional dari *website/aplikasi marketplace*. Pengguna

marketplace akan menilai bahwa penyedia layanan harus memberikan fasilitas penciptaan relasi konsumen yang baik dengan menyediakan kolom diskusi/komentar dan menyediakan fitur chat yang dapat memudahkan interaksi antara pengguna layanan dengan penjual yang ada dalam *website/aplikasi marketplace*. Penilaian lain dari pengguna juga dapat dilihat dari kemampuan *website/aplikasi* dalam merespon pemenuhan kebutuhan pengguna dengan memastikan bahwa setiap transaksi atas setiap produk harus benar sampai ke tangan pembelinya.

2. Meskipun penelitian ini sudah dilakukan dengan memenuhi kaidah akademik, namun masih terdapat beberapa keterbatasan. Keterbatasan utama dalam penelitian ini adalah tentang pembentukan konsep inersia rasional pelanggan yang belum dapat dikatakan sebagai konsep yang mapan karena hanya melibatkan intervensi dari sudut pandang *theory of planned behavior*. Penelitian selanjutnya dapat lebih memfokuskan pada proses sintesis yang lebih komprehensif dengan mengadopsi sudut pandang lain yang relevan dengan konsep inersia secara general. Selain itu, penerapan penelitian ini juga hanya dilakukan pada kategori responden dan industri yang spesifik yaitu pengguna *platform marketplace* berusia muda (millennial). Penelitian berikutnya dapat mencoba melakukan penelitian dengan tema yang sama namun diterapkan pada kategori responden yang berbeda. Penelitian lain juga dapat dilakukan dengan membuat klasifikasi spesifik tentang penerapan penelitian marketplace yang terpisah antara

*website* dan aplikasi pada ponsel, karena memungkinkan akan mendapatkan respon yang berbeda.