

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai faktor waktu, kecepatan, dan transparansi pada proses retur di *e-commerce* Blibli yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara keseluruhan mulai dari variabel waktu (X_1), kecepatan (X_2), dan transparansi (X_3) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada proses retur produk di *e-commerce* Blibli. Namun, secara satu persatu, variabel waktu dan transparansi terbukti memiliki pengaruh signifikan, sedangkan variabel kecepatan tidak memberikan dampak yang signifikan secara statistik. Hal ini menunjukkan bahwa kejelasan informasi dan kepastian waktu dalam proses retur lebih berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dibandingkan dengan kecepatan pengiriman atau proses itu sendiri.
2. Hasil pengolahan data deskriptif dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan masih berada pada kategori sedang, yang berarti meskipun pelanggan cukup puas terhadap proses retur, masih terdapat ruang untuk perbaikan. Pelanggan yang merasa puas dengan proses retur cenderung memiliki persepsi positif terhadap platform dan lebih mungkin untuk melakukan pembelian ulang di *e-commerce* Blibli.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan di atas, berikut beberapa saran yang dapat dipertimbangkan:

1. Bagi Blibli
 - a) Blibli sebaiknya meningkatkan transparansi retur melalui pelacakan akurat, notifikasi otomatis, dan prosedur jelas. Estimasi waktu retur yang realistis dan konsisten juga penting.

- b) Meski tidak signifikan dalam penelitian ini, kecepatan tetap menjadi elemen penting dalam kepuasan pelanggan secara umum. Optimalisasi waktu pemrosesan retur perlu dilakukan tanpa mengurangi ketelitian dan kualitas.
- c) Pasca-retur, Blibli dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dengan memberikan voucher, diskon, atau apresiasi lain untuk retur yang sah, sehingga mendorong pembelian ulang dan memperkuat hubungan jangka panjang.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

- a) Peneliti selanjutnya disarankan untuk mencari tahu lebih lanjut variabel yang telah diimplementasikan dalam penelitian ini yaitu waktu, kecepatan, dan transparansi. Bila dibutuhkan variabel tambahan dapat dilakukan riset lebih lanjut terlebih dahulu mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan dan loyalitas di *e-commerce*.
- b) Penelitian ini hanya berfokus pada Blibli sebagai satu platform *e-commerce*. Penelitian berikutnya dapat membandingkan antara dua atau lebih *e-commerce* untuk melihat perbedaan perlakuan dan dampaknya terhadap kepuasan pelanggan.
- c) Penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan responden yang lebih luas lagi, baik dari jumlah responden yang lebih luas dan berasal dari latar belakang demografi yang beragam (usia, wilayah, penghasilan, intensitas belanja *online*), agar hasil penelitian lebih dapat diterapkan secara lebih luas dan relevan bagi populasi yang beragam.