

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang Kepuasan Pelanggan sebagai akibat pengaruh *Brand Image* dan *E-Service Quality* terhadap Kepuasan Pelanggan Tokopedia diuraikan pada bab sebelumnya, diperoleh simpulan dan saran sebagai berikut:

#### 5.1 Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh pada bab sebelumnya, maka peneliti dapat menarik beberapa kesimpulan, diantaranya:

- 1) Terdapat pengaruh positif dan signifikan *Brand Image* terhadap Kepuasan Pelanggan Tokopedia.
- 2) Terdapat pengaruh positif dan signifikan *E-Service Quality* terhadap Kepuasan Pelanggan Tokopedia.
- 3) Variabel *Brand Image* dan *E-Service Quality* secara bersama-sama berpengaruh simultan dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Tokopedia.
- 4) Hasil uji hipotesis melalui regresi diperoleh variable *Brand Image* , *E-Service Quality* berpengaruh positif dan signifikansi terhadap Kepuasan Pelanggan. Hasil ini dibuktikan dengan persamaan regresi:  $Y = 8,280 + 0,416 X_1 + 0,397 X_2$  Yang artinya variabel *Brand Image* ( $X_1$ ) berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Dan variabel *E-Service Quality* ( $X_2$ ) tersebut berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).
- 5) Perhitungan statistik angka koefisien determinasi (R square = Kd) adalah 0,472 (47,0%) berarti besarnya kontribusi atau sumbangan secara simultan dari variabel *Brand Image* dan *E-Service Quality* adalah sebesar 47,0%. Sedangkan sisanya 53% berhubungan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## 5.2 Saran

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh variabel *Brand Image* dan *E-Service Quality* terhadap Kepuasan Pelanggan Tokopedia masih memiliki kekurangan, sehingga peneliti memberikan saran antara lain:

### A) Bagi Pihak Tokopedia

- 1) *Brand Image* atau Citra Merek yang ada harus dipertahankan. Apabila dilihat dari hasil kuesioner yang disebarakan ke responden, nilai yang terendah 4,23 dengan indikator brand image yaitu “Keunggulan produk di Tokopedia beratahan lama”. Oleh sebab itu dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat maka Tokopedia harus mampu mempertahankan dan meningkatkan lagi variabel-variabel Kepuasan Pelanggan yang menjadi keunggulan saat ini sehingga Citra Merek dapat terjaga.
- 2) *E-Service Quality* pada Tokopedia masih perlu ditinjau kembali dari hasil kuesioner, skor terendah sebesar 4,26 dengan indikator *E-Service Quality* yaitu “Ketersediaan customer service melalui telepon”. Hal tersebut harus diperhatikan karena sangat penting untuk membantu memudahkan customer dalam terjadinya masalah/kesalahan dalam berbelanja.
- 3) Kepuasan Pelanggan Tokopedia harus terus berinovasi agar konsumen tetap membeli produk di aplikasi Tokopedia. Apabila dilihat dari hasil kuesioner yang disebarakan ke responden, nilai yang terendah 4,19 dengan indikator kepuasan pelanggan yaitu “saya merasa produk yang dibeli di Tokopedia sesuai dengan harapan”. Oleh sebab itu Tokopedia harus terus berinovasi agar menarik konsumen dan mempertahankan Kepuasan Pelanggan maupun pelayanan yang baik agar konsumen terus melakukan pembelian pada aplikasi Tokopedia.

**B) Bagi Peneliti Selanjutnya**

- 1) Penelitian selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, karena penelitian ini hanya memiliki pengaruh 47%.
- 2) Peneliti selanjutnya diharapkan untuk mengkaji lebih banyak sumber maupun referensi yang terkait dengan kepuasan pelanggan serta lebih mempersiapkan diri dalam proses pengambilan dan pengumpulan data yaitu sebesar 53% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Oleh karena itu untuk melengkapi penelitian ini, maka di harapkan penelitian ini dapat dilanjutkan oleh peneliti lain dengan melibatkan variabel yang belum diteliti.