

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh citra merek dan *E-Service Quality* terhadap kepuasan pelanggan Bukalapak. Setelah melakukan analisis data pada bab sebelumnya, maka peneliti dapat menarik kesimpulan, diantaranya:

1. Variabel Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.
2. Variabel *E-Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.
3. Perhitungan statistik angka koefisien determinasi (R^2) adalah 0,789 (7,89%) berarti besarnya kontribusi atau sumbangan secara simultan dari variabel citra merek dan *E-Service Quality* adalah 78,9%. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti kemudian menyampaikan rekomendasi yang mungkin bermanfaat bagi pihak-pihak yang terkait. Saran-saran tersebut meliputi hal-hal berikut:

1. Bagi perusahaan
 - a) Berkaitan dengan Citra Merek permasalahan pada indikator informasi merek Bukalapak sebagai "situs jual beli *online* mudah dan terpercaya" dapat mudah diingat oleh konsumen. Hal ini membuktikan bahwa Bukalapak masih belum menjadi situs yang mudah dan terpercaya ini harus segera diperbaiki oleh Bukalapak agar pelanggan tidak pindah *ke e-commerce* lain. Dari hasil penelitian ini diperoleh bahwa perusahaan harus mempertahankan citra merek, oleh karena itu Perusahaan harus meningkatkan kegiatan promosi seperti meningkatkan frekuensi iklan di berbagai macam media serta membuat yang slogan mudah diingat

sehingga merek Bukalapak dapat melekat di benak konsumen. Hal ini akan berdampak positif bagi Bukalapak dan pelanggan akan mendapatkan kepuasan.

- b) Berkaitan dengan *E-Service Quality* permasalahan pada indikator Daya tanggap. Pelanggan masih mengeluhkan ketersediaan *customer service* Bukalapak apabila terjadi masalah. Dalam hal ini, mekanisme penanganan masalah di Bukalapak masih kurang berjalan dengan baik, Hal ini perlu menjadi perhatian bagi perusahaan untuk dilakukan perbaikan dengan cara memberikan pelatihan kepada seluruh karyawan Bukalapak sehingga dapat memenuhi harapan pelanggan terhadap kinerja *E-Service Quality* pada website Bukalapak.com. Pihak Perusahaan, dalam hal ini PT Bukalapak.com, juga perlu melakukan kontrol terhadap kinerja *E-Service Quality* secara berkala agar dapat terus mempertahankan kualitas yang baik dan terus melakukan peningkatan *E-Service Quality* yang ada, sehingga berdampak positif bagi Kepuasan Pelanggan.
- c) Berkaitan dengan Kepuasan Pelanggan terdapat permasalahan pada indikator kualitas pelayanan. Pelanggan merasa pelayanan Bukalapak masih belum memenuhi harapan. Bukalapak harus meningkatkan kualitas pelayanan agar pelanggan merasa puas dan tidak beralih ke platform jual beli *online* lainnya sehingga dapat berdampak positif bagi kepuasan pelanggan

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dari hasil R^2 menunjukkan bahwa citra merek dan *E-Service Quality* secara bersama-sama (simultan) memengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 80,6%, Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel baru yang memengaruhi kepuasan konsumen dan mencoba menggunakan metode pengumpulan data yang berbeda, seperti wawancara langsung dengan konsumen.