

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan, penulis melakukan penelitian ini untuk mengetahui apakah brand image dan e-service quality berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Alfagift, setelah melakukan penelitian dan memperoleh data dari hasil kuesioner yang telah diisi oleh 96 responden, kemudian data tersebut diolah menggunakan SPSS dan mendapatkan hasil sebagai berikut:

1. Brand image berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Alfagift.
2. E-service quality berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Alfagift.

5.2 Saran

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

a) Bagi Pihak Alfagift

1. Hasil kuesioner variabel kepuasan pelanggan Skor jawaban responden yang paling terendah pada indikator evaluasi berbagai alternatif dengan skor 375, yaitu Saya yakin Alfagift memberikan kemudahan disaat pelanggan mengalami permasalahan dalam hal harga dan pemakaian produk. Hal ini membuktikan bahwa Alfagift masih belum bisa memenuhi biaya dan kemudahan dalam memenuhi kepuasan konsumennya. Ini harus segera diperbaiki agar perusahaan terus meningkat sehingga membuat pelanggan puas dan tetap menggunakan jasa atau produk dari Alfagift.
2. Hasil kuesioner variabel *brand image* Skor jawaban responden yang paling terendah pada indikator kekuatan dengan skor 372, yaitu Alfagift

memberikan kartu anggota pelanggan untuk mendapatkan bonus maupun diskon khusus. Hal ini harus segera diperbaiki agar perusahaan terus meningkat sehingga membuat pelanggan puas dan tetap menggunakan jasa atau produk dari Alfagift.

3. Hasil kuesioner variable *e-service quality* Skor jawaban responden yang paling terendah pada indikator efisiensi dengan skor 372, yaitu saya merasa mudah dan cepat dalam mengakses *website* Alfagift. Hal ini membuktikan bahwa Alfagift masih belum meningkatkan persona *website* yang sulit di akses, ini harus segera diperbaiki oleh Alfagift agar konsumen dapat mudah mengakses *website* Alfagift dan perusahaan akan terus meningkat sehingga membuat pelanggan puas dan tetap menggunakan jasa atau produk dari Alfagift.

b) Bagi Peneliti Selanjutnya

Dari hasil R square menunjukkan bahwa *Brand image*, dan *e-service quality* secara bersama-sama (simultan) mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 88,3%, Sedangkan sisanya 11,7% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini. Dalam hal ini penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji dan meneliti faktor lain diluar penelitian ini.