

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan uraian dari hasil pengajuan hipotesis dan pembahasan dari penelitian ini, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Hasil uji hipotesis yang telah dilakukan membuktikan bahwa *E-Service Quality* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *E-Satisfaction*, artinya segala bentuk *e-service quality* yang di berikan oleh aplikasi belanja *online* Tokopedia berpengaruh terhadap *e-satisfaction* dari konsumennya.
2. Hasil uji hipotesis membuktikan bahwa *E-Service Quality* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *E-Trust* artinya segala bentuk *e-service quality* yang di berikan oleh aplikasi belanja *online* Tokopedia berpengaruh terhadap *e-trust* dari konsumennya.
3. Hasil uji hipotesis yang telah dilakukan membuktikan bahwa *Brand Image* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *E-Satisfaction*, artinya semakin banyak usaha aplikasi belanja *online* Tokopedia melekatkan citra mereka di benak konsumen maka akan memberikan kepuasan yang semakin tinggi kepada konsumen.
4. Hasil uji hipotesis yang telah dilakukan membuktikan bahwa *Brand Image* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *E-Trust*. Jadi, semakin banyak usaha aplikasi belanja *online* Tokopedia melekatkan citra mereka di benak konsumen maka akan memberikan kepercayaan yang semakin tinggi kepada konsumen.

## 5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini tidak terlepas dari keterbatasan maupun kelemahan baik dari sisi referensi dan sumber acuan yang digunakan oleh peneliti. Peneliti yang dikaji dari beberapa teori dan telaah pustaka/jurnal maupun memberikan pemahaman secara jelas dan terperinci sehingga mudah dipahami oleh pembaca dan generasi seterusnya. Keterbatasan penelitian ini diantaranya :

1. Penelitian ini menguji variabel *E-Service Quality* dan *Brand Image* terhadap *E-Satisfaction* dan *E-Trust* Padahal masih banyak variabel-variabel lainnya yang mampu bisa meningkatkan *E-Satisfaction* dan *E-Trust*.
2. Penelitian ini menggunakan populasi pengguna aktif Aplikasi Belanja *Online* Tokopedia di seluruh Indonesia, sedangkan setiap daerah perilaku konsumen berbeda-beda.

### 5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan serta kesimpulan yang telah diperoleh, maka saran yang didapatkan sebagai berikut :

1. Bagi Aplikasi Belanja *Online* Tokopedia

Aplikasi Belanja *Online* Tokopedia harus lebih meningkatkan kualitas pelayanan elektronik dan terus memperkenalkan citra yang baik kepada masyarakat Indonesia.

2. Bagi Konsumen

Konsumen yang sudah pernah ataupun yang akan berbelanja di Aplikasi Belanja *Online* Tokopedia diharapkan harus teliti dalam memutuskan pembelian, sehingga konsumen bisa terhindar dari pengalaman buruk yang akan didapatkannya.