

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan mengenai pengaruh *e-service quality* dan citra merek terhadap kepuasan konsumen pada Bukalapak, Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. *Service quality* berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada Bukalapak
2. Citra merek berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada Bukalapak
3. *E-service quality* dan citra merek berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Bukalapak

5.2 Saran

5.2.1 Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dan kesimpulan, maka penulis memberikan saran Bukalapak, maupun bagi peneliti selanjutnya. Saran tersebut adalah sebagai berikut :

1. Merekomendasikan pihak Bukalapak harus meningkatkan *e-service quality* dengan memberikan jaminan uang kembali dengan proses pengajuan yang cepat dan mudah sehingga kepuasan konsumen akan meningkat.
2. Merekomendasikan pihak pihak Bukalapak harus membangun citra merek melalui *brand ambassador*, *influncer* dan membuat konten yang menari sehingga Bukalapak akan semakin populer dan berdampak pada kepuasan konsumen dalam berbelanja di Bukalapak

5.2.2 Bagi Penelitian

Untuk pengembangan mendatang masih memungkinkan untuk mengukur menambahkan variabel lain dan jumlah sampel penelitian.