

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap pengaruh aspek layanan *E-Service Quality* (Kualitas Layanan), *E-Satisfaction* (Kepuasan) dan *E-Trust* (Kepercayaan) terhadap loyalitas pelanggan pada suatu marketplace dapat disimpulkan bahwa:

1. *E-Service Quality* (Kualitas Layanan) dan *E-Trust* (Kepercayaan) mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada marketplace. Sedangkan *E-Satisfaction* (Kepuasan) tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada marketplace.
2. *E-Service Quality* (Kualitas Layanan) mempunyai pengaruh terhadap *E-Trust* (Kepercayaan) pada marketplace.
3. *E-Trust* (Kepercayaan) mempunyai pengaruh terhadap *E-Satisfaction* (Kepuasan) pada marketplace.

Sehingga faktor utama untuk membuat pelanggan menjadi loyal dalam menggunakan marketplace yaitu dari segi *E-Service Quality* (Kualitas Layanan) dan *E-Trust* (Kepercayaan).

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, saran penulis untuk penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Penelitian selanjutnya dapat dilakukan lebih spesifik pada salah satu marketplace besar seperti tokopedia, bukalapak atau shopee.
2. Penelitian selanjutnya dapat ditambahkan variabel baru dengan mempertimbangkan fitur-fitur, tampilan atau *user interface* dari aplikasi marketplace.
3. Perbanyak jumlah partisipan dalam kuisisioner
4. Penambahan garansi layanan dalam marketplace