



## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab kelima ini yang merupakan bab terakhir dalam penelitian, peneliti akan membahas tentang kesimpulan dari penelitian yang telah dikerjakan. Pada pembahasan ini peneliti akan memberikan kesimpulan/rangkuman tentang pengaruh hubungan dari variabel independen terhadap variabel dependen melalui variabel moderasi. Pada bab ini juga peneliti akan memberikan saran kepada pihak yang diteliti.

#### 5.1 Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian ini dan menghasilkan analisis dan hasil hipotesis yang telah dijelaskan mengenai penelitian berjudul "Pengaruh *E-service quality* Terhadap *E-loyalty* Dengan *E-trust* Sebagai Variabel Intervening Pada Aplikasi Fore Coffee", maka kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut :

1. *E-service quality* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *e-trust* pada aplikasi Fore Coffee. Bila kualitas pelayanan pada aplikasi Fore semakin baik maka pelanggan akan menimbulkan rasa kepercayaan pelanggan untuk membeli produk Fore pada aplikasinya.
2. *E-service quality* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *e-loyalty* pada aplikasi Fore Coffee. Bila kualitas pelayanan pada aplikasi Fore terus dijaga maka pelanggan akan setia dan menciptakan pembelian berulang kali pada produk Fore Coffee diaplikasinya.
3. *E-trust* memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap *e-loyalty* pada aplikasi Fore Coffee sehingga rasa percaya pelanggan tidak memiliki pengaruh terhadap sikap loyal pelanggan.
4. *E-trust* memiliki pengaruh tidak signifikan sebagai variabel moderasi dalam mempengaruhi *e-loyalty* sehingga rasa percaya yang dimiliki oleh pelanggan tidak



mempengaruhi rasa loyal pelanggan terhadap Fore *Coffee*.

## 5.2 Saran

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Setelah melakukan penelitian ini dan memperoleh hasil analisis, maka berikut ini saran yang dapat diberikan oleh peneliti :

Bagi Perusahaan

Dalam penelitian ini *e-service quality* berpengaruh terhadap *e-trust* maka saran yang dapat peneliti sampaikan adalah Fore *Coffee* diharapkan mampu untuk terus memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan karena item pernyataan ”tidak mengalami *lag* saat membuka aplikasi fore coffe” mendapatkan nilai rata rata terendah dibandingkan dengan item pernyataan lain maka dari itu sistem dalam aplikasi harus terus diperbaiki agar saat pelanggan ingin membuka aplikasi tidak mengalami *lag*.

Dalam penelitian ini *e-service quality* juga berpengaruh terhadap *e-loyalty*. Item pernyataan “Meskipun fore *Coffee* mendapatkan isu yang negatif, saya akan tetap membeli produk fore *Coffee*” mendapatkan skor terendah maka dari itu saran yang dapat peneliti sampaikan adalah Fore *Coffee* diharapkan untuk menjaga nama baik mereknya agar sikap setia para pelanggan tidak berubah. Jika Fore *Coffee* terus memperbaiki system kualitas pelayanan pada aplikasinya maka para pelanggan akan merasa puas dan menumbuhkan rasa loyalitas.

Bagi peneliti selanjutnya

Dengan keterbatasan yang dimiliki penelitian ini, peneliti berharap penelitian selanjutnya dapat menggunakan penelitian ini sebagai sumber referensi dan perbandingan atau pertimbangan untuk penelitiannya. Peneliti juga berhadap untuk penelitian selanjutnya dapat menggunakan variabel lain agar dapat mengembangkan lebih jauh model dan konsep ini.