

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Dari hasil analisis pengujian yang telah dijelaskan sebelumnya dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- Dilihat dari hasil penelitian, dapat dinyatakan kepercayaan merek memiliki pengaruh positif pada loyalitas merek Tokopedia.
- Besar nilai Adjusted R<sup>2</sup> menunjukkan pengaruh simultan antara kepercayaan merek terhadap loyalitas merek Tokopedia sebesar 34.8% dan sedangkan sisanya sebesar 65.2% dipengaruhi oleh faktor lain.

#### **5.2 Implikasi Manajerial**

Berdasarkan hasil penelitian yang menggunakan variabel kepercayaan merek dan loyalitas merek, telah diperoleh hasil yang signifikan bahwa kepercayaan merek memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas merek Tokopedia.

Perusahaan Tokopedia diharuskan memahami pentingnya kepercayaan merek bagi suatu perusahaan yang dapat memberikan dampak yang signifikan bagi keuntungan perusahaan, sehingga perusahaan dapat menyusun strategi yang efektif untuk membuat konsumen percaya terhadap merek Tokopedia yang akan membuat konsumen menjadi pelanggan yang loyal terhadap merek Tokopedia.

Perusahaan Tokopedia juga harus fokus pada promosi seperti iklan dan media iklan lainnya yang mewakili gambaran Tokopedia yang mencerminkan kemudahan dan keamanan dalam bertransaksi di Tokopedia, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap merek Tokopedia. Semakin

tingginya kepercayaan konsumen terhadap merek maka akan semakin tinggi pula loyalitas konsumen terhadap merek.

### 5.3 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan dalam penelitian ini antara lain :

1. Penelitian ini hanya menggunakan sampel mahasiswa/i Universitas Kristen Maranatha yang merupakan konsumen Tokopedia yang pernah belanja minimal 2 kali di Tokopedia.
2. Penelitian ini hanya menggunakan teknik pengumpulan data primer melalui kuesioner, data sekunder melalui buku dan jurnal, dan menggunakan analisis data regresi sederhana.
3. Terbatasnya variabel yang diteliti yaitu hanya pada kepercayaan merek terhadap loyalitas merek.
4. Teori dan sumber-sumber pedoman sebagai definisi konsep terbatas, hanya terfokus terhadap kepercayaan merek dan loyalitas merek.

### 5.4 Saran

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dipaparkan sebelumnya, diberikan beberapa saran sebagai berikut :

Bagi Perusahaan :

1. Perusahaan diharapkan untuk lebih memahami mengenai kepercayaan merek Tokopedia dan meningkatkan sistem keamanan dalam bertransaksi di Tokopedia, sehingga dapat mengurangi terjadinya penipuan dalam Tokopedia dengan *seller* yang mencantumkan resi yang *valid*,

mengantisipasi terjadinya *hack account* yang dilakukan oleh *seller* penipu, dan menindaklanjuti *seller* penipu yang masih berada di Tokopedia.

2. Perusahaan juga diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan merek dari berbagai faktor seperti membuat iklan yang kreatif dan inovatif yang mencerminkan kemudahan dan keamanan dalam bertransaksi di Tokopedia, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap merek Tokopedia dan akhirnya meningkatkan loyalitas merek Tokopedia yang berdampak signifikan terhadap keuntungan perusahaan.

Bagi Akademisi :

1. Diharapkan untuk penelitian yang akan datang dapat mengukur loyalitas merek dari faktor lain diluar kepercayaan merek seperti kualitas layanan, *perceived quality*, *perceived value*, dan kepuasan pelanggan.
2. Diharapkan untuk penelitian yang akan datang untuk memilih sampel yang lebih luas tidak hanya dengan sampel mahasiswa/i Universitas Kristen Maranatha yang merupakan konsumen Tokopedia yang pernah belanja minimal 2 kali di Tokopedia tetapi juga masyarakat kota Bandung yang pernah belanja minimal 2 kali di Tokopedia.
3. Diharapkan untuk penelitian yang akan datang teknik pengumpulan data menggunakan metode lain seperti wawancara atau observasi dan teknik analisis data untuk lebih diperdalam seperti regresi berganda.
4. Diharapkan untuk penelitian yang akan datang dapat menggunakan teori dan sumber-sumber pedoman yang lebih luas mengenai kepercayaan merek, loyalitas merek, kualitas layanan, *perceived quality*, *perceived value*, dan kepuasan pelanggan.