

BAB IV

SIMPULAN

5.1. Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel kepercayaan merek, *e-service quality*, dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen yang menggunakan layanan Traveloka. Untuk mengetahui pengaruh terbesar dari ketiga variabel independen tersebut. Dari rumusan masalah penelitian yang diajukan, maka analisis data yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, dapat ditarik beberapa kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

Berdasarkan analisis parial, ternyata hasil penelitian membuktikan bahwa tidak semua variabel independen (kepercayaan merek, *e-service quality*, dan persepsi harga) mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen yang menggunakan layanan Traveloka.

Kepercayaan Merek terhadap pengguna Traveloka mempunyai pengaruh secara positif namun tidak terlalu signifikan. Dengan kata lain dapat disimpulkan bahwa kepercayaan merek yang dirasakan konsumen, akan mendorong kepuasan konsumen.

Pelaksanaan *E-service quality* berpengaruh secara positif terhadap kepuasan konsumen yang menggunakan layanan Traveloka. Dengan kata lain dapat disimpulkan bahwa *E- Service Quality* yang semakin baik, akan mempercepat kepuasan konsumen.

Persepsi harga berpengaruh secara positif terhadap kepuasan konsumen yang menggunakan layanan Traveloka. Dengan kata lain dapat disimpulkan persepsi harga yang semakin terjangkau, akan mendorong kepuasan konsumen.

Berdasarkan pengujian secara simultan, ternyata hasil penelitian membuktikan bahwa semua variabel independen (kepercayaan merek, *e-service quality*, dan persepsi harga) secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen. Dari hasil perhitungan koefisien determinasi (*adjusted R₂*) yang diperoleh sebesar 0,636. Hal ini berarti 63.6% keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel kepercayaan merek, *e-service quality*, dan persepsi harga sedangkan sisanya yaitu 36.4% kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil pengujian regresi berganda menunjukkan bahwa semua variabel independen (kepercayaan merek, *e-service quality*, dan persepsi harga) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Pengaruh positif terbesar terhadap kepuasan konsumen yang menggunakan layanan Traveloka adalah pada variabel persepsi harga (X_3) hal ini ditunjukkan dari nilai koefisien regresi sebesar 0.603 kemudian diikuti kemudian diikuti oleh *e-service quality* (X_2) yang ditunjukkan dari nilai koefisien regresi sebesar 0,118 dan yang terendah adalah variabel kepercayaan merek (X_1) yang ditunjukkan dari nilai koefisien regresi sebesar 0,072.

5.2 Keterbatasan penelitian

Setelah melakukan analisis data dan interpretasi hasil, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yaitu:

1. Pengumpulan data pada penelitian ini kurang efektif karena banyak responden yang tidak sungguh-sungguh dalam mengisi kuisisioner yang menyebabkan banyak kuisisioner yang harus dibuang.
2. Jumlah Kuisisioner yang dibagikan terbilang minimal yaitu hanya 130 kuisisioner didapat dari jumlah penetapan sampel.
3. Penelitian dilakukan paling banyak di Universitas Kristen Maranatha Fakultas Ekonomi dengan rentang waktu yang terbatas.

5.3. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diajukan saran-saran sebagai pelengkap terhadap hasil penelitian yang dapat diberikan sebagai berikut :

1. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menguji dengan variabel yang lain yang sesuai dengan fenomena yang terjadi sehingga dapat menggambarkan lebih jelas variabel apa yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen
2. Perusahaan harus mampu mempertahankan atau bahkan meningkatkan kepercayaan merek misalnya dengan diadakannya sosialisasi mengenai kelebihan apa saja layanan Traveloka
3. Sebaiknya pihak perusahaan meningkatkan fasilitas-fasilitas pada *e-service* seperti kemudahan-kemudahan yang bisa rasakan konsumen yang menggunakan layanan via website atau aplikasi

4. Sebaiknya perusahaan memberikan fasilitas tambahan seperti pemberitahuan jika terdapat tiket pesawat, hotel, atau yang lain nya dengan harga yang benar-benar murah di website atau kepada pengguna-pengguna Traveloka yang sudah mempunyai akun di aplikasi
5. Sebaiknya Peneliti Selanjutnya dapat menggunakan sampel lebih banyak agar hasil penelitian lebih akurat dan baik.
6. Pengumpulan data sebaiknya dilakukan lebih selektif agar menghindari jawaban kuisisioner yang kacau dan tidak dapat digunakan.

