

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan serta pembahasan bab IV mengenai pengaruh kualitas pelayanan elektronik terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pengguna airy, maka penulis menarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan kualitas pelayanan elektronik terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi kepuasan pelanggan sebagai variabel *intervening*. Variabel *intervening* dalam hal ini kepuasan pelanggan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan lebih banyak dibanding pengaruh langsung kualitas pelayanan elektronik terhadap loyalitas pelanggan tanpa adanya variabel *intervening*.

#### 5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan:

1. Penelitian ini hanya mengukur variable *e-service quality*, *kepuasan konsumen* serta loyalitas konsumen.
2. Penelitian hanya dilakukan pada 115 orang responden.

#### 5.3 Implikasi Manajerial

Setelah melakukan penelitian dan memperoleh data serta memberikan kesimpulan, peneliti mencoba memberikan saran yang diharapkan dapat lebih

meningkatkan *e-service quality*, *kepuasan konsumen* serta loyalitas konsumen Airy untuk meningkatkan loyalitas dari konsumen dengan memperbaiki faktor emosional yang didapat oleh pelanggan, seperti perusahaan memberikan reward point atau promo yang berlebih kepada pelanggan yang benar-benar loyal terhadap penggunaan aplikasi Airy, hal tersebut dilakukan agar pelanggan mendapatkan emotional value sehingga pelanggan tersebut tetap loyal terhadap perusahaan sehingga pelanggan tersebut juga dapat merekomendasikan aplikasi Airy kepada orang lain.

### **5.3.1 Bagi Perusahaan**

Penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan Airy dalam memberikan pelayanan jasa yang baik, agar konsumen dapat merasa aman saat bertransaksi *online*. Penulis menyarankan peningkatan kualitas pelayanan jasa dapat dilakukan dengan lebih aktif berinteraksi dengan konsumen. Dengan demikian pelanggan akan merasa puas terhadap apa yang disediakan oleh Airy, jika pelanggan sudah merasa puas maka pelanggan akan menjadi lebih loyal terhadap Airy karena pelayanan yang baik dan produk yang terjamin kualitasnya.

### **5.3.2 Bagi Pihak Lain**

Bagi masyarakat khususnya dilingkungan perguruan tinggi, hasil penelitian ini diharapkan akan memberikan pengetahuan yang lebih jelas tentang bisnis online. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti lain yang melakukan penelitian yang berkaitan dengan *e-service quality*, *kepuasan konsumen* dan loyalitas konsumen.

#### 5.4 Saran

Bagi peneliti selanjutnya atau pihak lain yang akan melakukan penelitian lebih lanjut terutama yang berhubungan dengan kualitas layanan elektronik, kepuasaan pelanggan, dan loyalitas pelanggan dapat meneliti pada lokasi yang berbeda dengan dinamika yang berbeda pula. Selain itu, penelitian lebih lanjut dapat menambah variabel perantara lain selain kepuasaan pelanggan atau dengan variabel bauran pemasaran yang lain seperti promosi, harga, tempat, manusia, proses, dan bukti fisik.

