

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian data dan pembahasan yang sudah dilaksanakan menggunakan SPSS 25 perihal e-service quality, brand image, & harga terhadap kepuasan pelanggan Traveloka di Jakarta Selatan, maka didapat kesimpulan sebagai berikut:

1. *E-Service Quality* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan secara langsung, membuktikan jika *E-Service Quality* yang berkualitas dan unggul akan dapat mencukupi seluruh permintaan atas kebutuhan pelanggan secara efisien & efektif dalam meningkatkannya kepuasan pelanggan. Oleh karena itu telah terbukti bahwa hipotesis pertama dinyatakan bahwa *E-Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Traveloka di Jakarta Selatan.
2. *Brand Image* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan secara langsung, membuktikan jika *Brand Image* yang baik serta melekat pada Traveloka sebagai OTA (*Online Travel Agent*) penyedia tiket pesawat mampu meningkatkan kepuasan pelanggan melalui psikologi pelanggan. Oleh karena itu telah terbukti bahwa hipotesis kedua dinyatakan bahwa *Brand Image* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Traveloka di Jakarta Selatan.
3. Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan secara langsung, hal ini menunjukkan apabila harga yang diberikan terjangkau akan berdampak pada rasa senang dan rasa puas pada konsumen. Hal ini yang telah diberikan oleh Traveloka sehingga konsumen mendapatkan hasil sesuai yang diinginkan. Oleh karena itu telah terbukti bahwa hipotesis ketiga dinyatakan bahwa Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Traveloka di Jakarta Selatan.

4. E- Service Quality, Brand Image, & Harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan secara simultan, oleh karena itu telah terbukti bahwa hipotesis keempat menyatakan bahwa E- Service Quality, Brand Image, & Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Traveloka di Jakarta Selatan.

V.2 Keterbatasan Penelitian

Dalam melaksanakan penelitian peneliti telah mempunyai beberapa keterbatasan ketika meneliti sebagai berikut:

1. Variabel yang digunakan pada penelitian hanya sebatas pada E-Service Quality, Brand Image, & Harga sehingga tak bisa di generalisasi hasil dari variabel lainnya sehingga akan memiliki perbedaan pada variabel lainnya sesuai dengan topik penelitian.
2. Responden dalam penelitian ini adalah pengguna Traveloka di Jakarta Selatan sehingga hasil dari penelitian tidak bisa di sama ratakan dengan wilayah lain.
3. Jumlah responden pada terbatas hanya sebanyak 100 responden sehingga data pada kuesioner yang telah didapatkan dan disimpulkan hanya didasarkan kepada 100 responden tersebut.

V.3 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan diatas, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Saran bagi perusahaan
 - a. Traveloka diharapkan lebih responsif dalam hal menanggapi keluhan dari pengguna Traveloka
 - b. Traveloka lebih mengoptimalkan kinerja dari situs Traveloka. Perusahaan lebih memperhatikan kebutuhan dan keinginan dari konsumen dan selalu mempertahankan brand image yang positif dari situs Traveloka..
 - c. Traveloka diharapkan membuat promo atau *campaign* menarik sebagai bentuk mengapresiasi para penggunanya dengan tujuan pengguna dapat

senantiasa merekomendasikan Traveloka sebagai tempat pembelian tiket pesawat.

2. Saran untuk peneliti selanjutnya, diharapkan apabila meneliti dengan variabel yang sama supaya dapat lebih terperinci dan juga spesifik dan juga ketika menetapkan indikator pada seluruh variabel dapat disesuaikan dengan keadaan dan situasi terbaru pada objek penelitian.