# BAB VPENUTUP

## 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka penelitian ini dapat disimpulkan sebagaimana berikut:

1. *E-S-Qual* mempengaruhi *Overall E-S-Qual* pada Tokopedia.
2. *E-S-Qual* mempengaruhi *E-Satisfaction* pada Tokopedia
3. *Overall E-S-Qual* mempengaruhi *E-Satisfaction* pada Tokopedia
4. *Overall E-S-Qual* mempengaruhi *E-Loyalty* pada Tokopedia
5. *E-Satisfaction* mempengaruhi *E-Loyalty* pada Tokopedia

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka saran yang dapat diberikan adalah :

1. Bagi perusahaan, kualitas layanan elektronik (E-S-Qual) berpengaruh pada kualitas layanan secara keseluruhan (Overall E-S-Qual). Dengan demikan, semakin baik kualitas layanan pada situs Tokopedia maka semakin tinggi Overall E-S-Qual yang dirasakan oleh pengguna.
2. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa E-S-Qual berpengaruh pada kepuasan pengguna (E-Satisfaction). Dengan demikian, semakin baik E-S-Qual pada situs Tokopedia maka semakin tinggi kepuasan pengguna(E-Satisfaction).
3. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa kualitas layanan secara keseluruhan (Overall E-S-Qual) berpengaruh pada kepuasan pengguna(E-Satisfaction). Dengan demikian, semakin baik kualitas layanan secara keseluruhan (Overall E-S-Qual) pada situs Tokopedia maka semakin tinggi kepuasan pengguna (E-Satisfaction).
4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan secara keseluruhan (Overall E-S-Qual) berpengaruh pada loyalitas pengguna (E-Loyalty). Dengan demikian, semakin baik kualitas layanan secara keseluruhan (Overall E-S-Qual) pada situs Tokopedia maka semakin tinggi loyalitas pengguna (E-Loyalty).
5. Hasil penelitian menujukkan bahwa kepuasan pengguna (E-Satisfaction) berpengaruh pada loyalitas pengguna (E-Loyalty), Dengan demikian, semakin baik kepuasan pengguna (E-Satisfaction) pada situs Tokopedia maka semakin tinggi loyalitas pengguna (E-Loyalty).
6. Oleh karena itu perusahaan perlu tetap menjaga dan meningkatkan kualitas layanan agar dapat mempertahankan kepuasan pengguna (E-Satisfaction) dan loyalitas pengguna (E-Loyalty).
7. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan melakukan kajian yang lebih mendalam terkait aspek-aspek yang mempengaruhi e-satisfaction seperti Technology Asistance Model, Word-of-Mouth dan lain sebagainya