

BAB IV

PENUTUP

Pada bab sebelumnya telah dijelaskan data yang diperoleh dari hasil analisis data. Maka pada bab ini akan dijelaskan kesimpulan dari penelitian yang sudah dilakukan peneliti. Bab ini juga disertai saran dari peneliti yang berguna untuk meningkatkan kepercayaan konsumen agar menjadi loyalitas pada Tokopedia.

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 100 responden yang telah dilakukan mengenai *e-wom* dan *e-eb* terhadap *e-loyalty* melalui *e-trust* sebagai variabel *intervening* (studi pada mahasiswa S1 FISIP UNDIP)

1. Variabel *e-wom* (X1) mempunyai pengaruh positif terhadap variabel *e-trust* (Z) sebesar 0,572 dimana nilai t hitung (6,901) > t tabel (1,984). Hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa pengaruh *e-trust* sebesar 32,7% terhadap *e-trust*. Hal tersebut menyatakan bahwa semakin baik *e-wom* yang ditawarkan maka akan meningkatkan *e-trust* pada konsumen.
2. Variabel *e-web* (X2) mempunyai pengaruh positif terhadap variabel *e-trust* (Z) sebesar 0,769 dimana nilai t hitung (11,909) > t tabel (1,984). Hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa pengaruh *e-web* sebesar 59,1% terhadap *e-trust*. Hal tersebut menyatakan bahwa semakin baik *e-web* yang ditawarkan maka akan meningkatkan *e-trust* pada konsumen.

3. Variabel e-trust (Z) mempunyai pengaruh positif terhadap variabel e-loyalty (Y) sebesar 0,637 dimana nilai t hitung (8,184) > t tabel (1,984). Hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa pengaruh e-trust sebesar 40,6% terhadap e-loyalty. Hal tersebut menyatakan bahwa semakin tinggi e-trust yang diberikan konsumen maka akan tinggi pula e-loyalty pada konsumen.

4.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini, maka disajikan beberapa saran-saran sebagai pelengkap terhadap hasil penelitian yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Tokopedia perlu membenahi sistem kolom testimoni dengan cara merancang program yang memicu konsumen untuk memberikan komentar positif sehingga akan diketahui oleh konsumen lainnya seperti permohonan testimoni dari konsumen yang sudah merasa puas dengan pelayanan perusahaan.
2. Membenahi sistem jual-beli di Tokopedia untuk mencegah penipuan dan hal-hal yang merugikan konsumen. Tokopedia harus dapat mempertahankan atau meningkatkan kualitas keamanannya dengan cara memperketat sistem verifikasi atau autentikasi penjual yang akan mendaftar membuka toko di website.
3. Tokopedia masih kurang tanggap dalam merespon keluhan konsumen, perusahaan sebaiknya segera melakukan *service recovery* apabila ada

konsumen yang merasa dikecewakan agar tidak berimbas pada loyalitas konsumen lainnya.

Daftar Pustaka

- Aruperes, Loudy. 2015. *Pengaruh Inovasi dan Iklan terhadap Kesetiaan Pelanggan Studio Cinemaxx di Kota Manado*. Manado: Universitas Sam Ratulangi.
- Babin, Barry. J. William R., Darden, Mitch Griffin. 1994. *Work and or Fun; Measuring Hedonic and Utilitarian Shopping Value*. Journal of Consumer Research 644-654
- Chaudhuri, A., & Holbrook, M. B. (2001). *The chain of effect from brand trust and brand affect to brand performance: The role of brand loyalty*. Journal Of Marketing, 65, 81-93.,
- Dale Timpe (2001). *Sumber Daya Seri Manajemen Manusia, Kinerja/Performance*. Jakarta : Elex Media Komputindo.
- Durianto, Darmadi., Sugiarto & Tony Sitinjak. 2001. *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- E. Jerome, McCarthy, William D. Perreault, Jr, Pascale G. Quester. 2000. *Basic Marketing*. McGrawHill.
- Gazley, A., Clark., & Sinha, A. 2011. *Understanding preferences for motion pictures*. Journal of Business Research, 64, 854-861.
- Ghozali, Imam. 2005. *Analisis Multivariate dengan Program SPSS Edisi Ketiga*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- _____. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, Jill. 2005. *Customer Loyalty*. Edisi Revisi, Jakarta: Erlangga
- Hennig-thurau, T., Walsh, G., Wruck, O. (2001). *An Investigation into the Factors Determining the Success of Service Innovations: The Case of Motion Pictures*. Academy Marketing Science Review, 6, 1-23

- Hasan, Iqbal. 2002. *Pokok – Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Hasan, Ali. 2013, *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service
- Holbrook, M.B. 1999. *Popular Appeal versus Expert Judgements of Motion Pictures*. *Journal of Consumer Research*, 26, 144-155
- Huriyati, Ratih. 2005. *Bauran Pemasaran & Loyalitas Pelanggan*. Bandung: Alfabeta
- Kotler, Philip. 1994. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prehallindo
- _____. 1997. *Manajemen Pemasaran (Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol)*. Jakarta: Prehallindo
- _____. 2003. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kesebelas. Jakarta: Prehallindo
- _____. 2001. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prehallindo
- _____. 2004. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks
- _____. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran..* Jakarta: Erlangga
- _____ dan Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas*. Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama
- Krajewski, L.J dan LP. Ritzman. 1996. *Operating Management: Strategy and Analysis*, 2nd. New York: Addison. Wesley Publishing Hall Inc.
- Orville, Larreche dan Boyd. 2005. *Marketing Management : A strategic, Decision Making Approach. 6th edition*. New York City: Mc Graw Hill.
- Pratista, Himawan. 2008. *Memahami Film*. Yogyakarta: Homerian Pustaka
- Saladin, Djaslim. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: PT. Linda Karya.
- Song, Michal and Parry, Mark E. 1997. *A Croos National Comparative Study of New Product Development Process: Japan and The US*. *Journal of Marketing*.

- Song, Michal and Parry, Mark E. 1997. *A Croos National Comparative Study of New Product Development Process:Japan and The US*. Journal of Marketing.
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. CV. Alfabeta, Bandung
- _____. 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Swastha, Basu. 1997. *Azas-Azas Marketing*. Jakarta:Liberty
- Tjiptono, Fandy. 1995. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- _____. 1997. *Strategi Pemasaran*. Edisi kedua. Yogyakarta: Penerbit Andi
- _____. 2002. *Strategi Pemasaran*. Edisi 2. Yogyakarta:CV.Andi Offset
- _____. 2006. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: CV. Andi Offset
- _____. 2008. *Service Management (Mewujudkan Layanan Prima)*. Yogyakarta: CV Andi Offset
- _____. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi Ketiga. Yogyakarta: CV. Andi Offset
- Widjaja, Amin. 2008. *Dasar – Dasar Customer Relationship Management (CRM)*. Jakarta: Harvindo