

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang “pengaruh Kualitas Layanan Elektronik dan Kepercayaan Elektronik terhadap Loyalitas Pelanggan pada pengguna Tiktok *Shop* di Jabodetabek dengan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel mediasi” dapat disimpulkan bahwa :

1. Kualitas layanan elektronik memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna Tiktok *shop* di Jabodetabek. Sehingga semakin tinggi kualitas layanan elektronik, maka akan mendorong peningkatan kepuasan pelanggan.
2. Kepercayaan elektronik memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna Tiktok *shop* di Jabodetabek. Sehingga semakin tinggi kepercayaan elektronik, maka akan mendorong peningkatan kepuasan pelanggan.
3. Kualitas layanan elektronik memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna Tiktok *Shop* di Jabodetabek. Sehingga semakin tinggi kualitas layanan elektronik, maka akan mendorong peningkatan loyalitas pelanggan.
4. Kepercayaan elektronik tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna Tiktok *Shop* di Jabodetabek. Dapat dikatakan kepercayaan elektronik tidak mempengaruhi loyalitas pelanggan.
5. Kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna Tiktok *Shop* di Jabodetabek. Sehingga

semakin tinggi kepuasan pelanggan, maka akan mendorong peningkatan loyalitas pelanggan.

6. Kualitas layanan elektronik memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada pengguna Tiktok *Shop* di Jabodetabek. Sehingga semakin tinggi kualitas layanan elektronik, maka akan menghasilkan kepuasan pelanggan yang tinggi juga dan hasilnya meningkatkan loyalitas pelanggan.
7. Kepercayaan elektronik memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada pengguna Tiktok *Shop* di Jabodetabek. Sehingga semakin tinggi kepercayaan elektronik, maka akan menghasilkan kepuasan pelanggan yang tinggi juga dan hasilnya meningkatkan loyalitas pelanggan.

5.2 Implikasi

1. Implikasi Teoretis

Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa kualitas layanan elektronik dan kepercayaan elektronik berpotensi memengaruhi loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Ketika kualitas layanan elektronik dan kepercayaan elektronik dikelola dengan baik, maka akan menjadi strategi yang baik bagi perusahaan. Perusahaan harus meningkatkan kualitas layanan elektronik agar pelanggan merasa puas dan loyal pada perusahaan (David, 2018). Kepercayaan elektronik juga terbukti akan lebih mendorong kepuasan dan loyalitas pelanggan (Nawangasari & Putri, 2020).

Penelitian ini juga membuktikan bahwa kualitas layanan elektronik memengaruhi loyalitas pelanggan, sementara untuk kepercayaan elektronik tidak memengaruhi loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan kualitas layanan

elektronik dapat meningkatkan loyalitas pelanggan (Chaniago, 2020), tetapi kepercayaan elektronik tidak dapat meningkatkan loyalitas pelanggan (Dewi et al., 2024). Peneliti menyimpulkan pelanggan lebih tertarik dengan kualitas layanan elektronik yang baik yang akan meningkatkan rasa kepuasan pada pelanggan lalu meningkat menjadi loyalitas pelanggan (Gusfei & Pradana, 2022).

2. Implikasi Praktis

Hasil penelitian ini akan menjadi pertimbangan yang penting bagi perusahaan Tiktok. Pada variabel loyalitas pelanggan nilai terendah terdapat pada indikator “Saya akan mengatakan hal yang menyenangkan tentang Tiktok *Shop*”. Dalam hal ini menunjukkan bahwa pelanggan belum atau tidak mengalami hal yang menyenangkan saat menggunakan tiktok *shop*. Maka hal ini dapat ditingkatkan dengan cara memberi pelayanan yang baik, memberikan pengalaman belanja yang menarik, atau memberikan diskon yang menarik.

Pada variabel kualitas layanan elektronik nilai terendah terdapat pada indikator “Perhitungan tagihan belanja di Tiktok *shop* benar”. Dalam hal ini menunjukkan terjadi nya masalah sistem saat belanja menggunakan tiktok *shop*. Maka hal ini dapat ditingkatkan dengan meningkatkan kualitas aplikasi agar tidak terjadi masalah sistem di aplikasi tiktok *shop*.

Pada variabel kepercayaan elektronik nilai terendah terdapat pada indikator “Saya yakin Tiktok *Shop* tidak membuat klaim palsu”. Dalam hal ini menunjukkan bahwa pelanggan merasakan kerugian karena menaruh kepercayaan pada tiktok *shop*. Maka hal ini dapat ditingkatkan dengan cara menyaring penjual yang menjual produk palsu atau memperketat seleksi akun yang ingin menjadi penjual di tiktok *shop*.

Pada variabel kepuasan pelanggan nilai terendah terdapat pada indikator “Saya merasa puas dengan diskon yang diberikan Tiktok *Shop*”. Dalam hal ini menunjukkan bahwa pelanggan tidak puas dengan diskon yang diberikan. Maka hal ini dapat ditingkatkan dengan cara membuat diskon yang lebih menarik lagi.

5.3 Keterbatasan Penelitian

1. Penelitian ini hanya berfokus pada faktor - faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan seperti kualitas layanan elektronik, kepercayaan elektronik dan kepuasan pelanggan saja. Sehingga, penelitian ini kurang memberikan informasi yang kompleks mengenai faktor - faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan lainnya.
2. Tempat penelitian ini terbatas dan tidak dapat mewakili semua pengguna tiktok *shop* karena hanya berfokus pada masyarakat di Jabodetabek.

5.4 Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya

1. Penelitian selanjutnya disarankan untuk meneliti faktor - faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan lainnya. Tidak hanya kualitas layanan elektronik, kepercayaan elektronik dan kepuasan pelanggan saja. Adapun faktor lainnya yang dapat dijadikan referensi kualitas produk, harga dan citra merek.
2. Penelitian selanjutnya dapat diperluas penjangkauan daerahnya, sehingga dapat mewakili pengguna tiktok *shop*.