

## BAB 5

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab 4 dapat ditarik beberapa kesimpulan guna menjawab rumusan masalah.

Beberapa kesimpulan tersebut terdiri dari :

1. *E-Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Perceived Value* pada Tokopedia. Oleh karena itu hipotesis pertama yang diajukan dalam penelitian ini, diterima.
2. *E-Recovery Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Perceived Value* pada Tokopedia. Oleh karena itu hipotesis kedua yang diajukan dalam penelitian ini, diterima.
3. *Perceived Information Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Perceived Value* pada Tokopedia. Oleh karena itu hipotesis ketiga yang diajukan dalam penelitian ini, diterima.
4. *Perceived value* berpengaruh signifikan terhadap *Loyalty Intention* pada Tokopedia. Oleh karena itu hipotesis keempat yang diajukan dalam penelitian ini, diterima.
5. *E-Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Loyalty Intention* melalui *Perceived Value* pada Tokopedia. Oleh karena itu hipotesis kelima yang diajukan dalam penelitian ini, diterima.
6. *E-Recovery Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Loyalty Intention* melalui *Perceived Value* pada Tokopedia. Oleh karena itu hipotesis keenam yang diajukan dalam penelitian ini, diterima.
7. *Perceived Information Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Loyalty Intention* melalui *Perceived Value* pada Tokopedia. Oleh

karena itu hipotesis ketujuh yang diajukan dalam penelitian ini, diterima.

## **5.2 Saran**

Saran yang dapat diberikan atas dasar hasil penelitian ini, adalah sebagai berikut :

1. Tokopedia diharapkan meningkatkan kemudahan dan kecepatan dalam mengakses *website*.
2. Tokopedia diharapkan memberikan tanggapan yang cepat pada situs *website*.
3. Tokopedia diharapkan memberikan informasi yang relevan.
4. Tokopedia sebaiknya lebih memperhatikan ketepatan waktu dalam memberikan informasi pada konsumen.

## **5.3 Keterbatasan**

Pada penulisan skripsi ini penulis memiliki keterbatasan dalam hal mencari responden yang sudah pernah melakukan komplain atau memiliki masalah ketika berbelanja di Tokopedia.

## DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Bebko, P. Charlene, (2000) Service Intangibility And Its Impact On Consumer Expectations Of Service Quality : *Journal Of Services Marketing, Vol. 14 No. 1 2000, Pp. 9-26, # Mcb University Press, 0887-6045*
- Ghozali, Imam dan Fuad, 2014, *Structural Equation Modeling. Teori, Konsep dan Aplikasi dengan Program LISREL 9.10*, Semarang : UNDIP.
- Kim, Hyeong and Niehm Linda 2009, *The Impact of Website Quality on Information Quality Value and Loyalty Intentions in Apparel Retailing. Journal of Interactive Marketing. No 23,pp. 221- 233.*
- Li, Hongxiu And Suomi Reima, (2009), A Proposed Scale For Measuring E-Service Quality : *Journal Scienc And Technology Vol 2, no. 1 2009*
- Pearson., Tadisina, & Griffin,(2012), The Role of Service Quality and Information Quality in Creating Perceived Value: Antecedents to website loyalty : *Journal Information Systems Management. No 23,pp.201-215.*
- Pedoman Penyusunan, Penulisan dan Pengujian Skripsi,2012, Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
- Sugiyono,1999, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D.* Alfabeta.Bandung
- Sugiyono, 2013, *Metode Penelitian Bisnis Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (cetakan ke- 17). Bandung: Alfabeta.Bandung
- Susilo, Tri (2001). Analisis Pengaruh Faktor Fisik dan non Fisik terhadap Stres Kerja pada PT.INDO BALI di kecamatan Negara, kabupaten Jimbaran Bali.
- Wen, Fan- Yi, Chien Wu cheng and Ting Wu-Wei, (2010), online retailing service failure recovery and consumer loyalty : *Journal International Conference On Innovation And Management*

Zehir, Cemal, Sehitoglu Yasin, Narcikara Elif, Zehir Songül., (2014) E-S-Quality, Perceived Value and Loyalty Intentions Relationships in Internet Retailers : *Journal Procedia – social and behavioral Sciences* 150 (2014) 1071-1091

Zehir, Cemal dan Narcikara Elif., 2016, *E-Service Quality and E-Recovery Service Quality: Effects on Value Perceptions and Loyalty Intentions*, no 229: 427-443

Marketingstrategic.co.id (2016)

Katadata.co.id (2016)

Id.techinasia.com (2016)

Wikipedia.org (2016)

www.Alexa.com (di akses tanggal 5 December 2016)

[www.internetworldstat.com](http://www.internetworldstat.com) (2016) (di akses tanggal 5 December 2016)

[www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com) (di akses tanggal 5 December 2016)

[www.kompas.com](http://www.kompas.com) (di akses tanggal 5 December 2016)