

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan PLS untuk menguji pengaruh antara variabel independen (*E-Service Quality* dan *E-Trust*) terhadap variabel penghubung *E-Satisfaction* dan menguji pengaruh antara variabel penghubung *E-Satisfaction* terhadap variabel dependen *E-Loyalty* dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil dari analisis data menunjukkan *E-Service Quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *E-Satisfaction*, dimensi *Privacy* memiliki pengaruh yang terbesar terhadap *E-Satisfaction*.
2. Berdasarkan hasil dari analisis data menunjukkan *E-Trust* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *E-Satisfaction*, semakin tinggi nilai *E-Trust* terhadap *E-Satisfaction*, dimensi *Ability* memiliki pengaruh terbesar terhadap *E-Satisfaction*.
3. Berdasarkan hasil dari analisis data menunjukkan *E-Satisfaction* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *E-Loyalty*, semakin tinggi nilai *E-Satisfaction* terhadap *E-Loyalty*, maka hal ini juga akan berpengaruh dan berdampak pada peningkatan *E-Loyalty* pelanggan Traveloka.

5.2 Saran

Sebagai implikasi dari hasil penelitian ini dapat dikemukakan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan atau dimanfaatkan sebagai pengambilan keputusan antara lain:

1. Pada variabel *E-Service Quality* tepatnya pada dimensi *System Availability* memiliki pengaruh terendah. Hal ini menunjukkan bahwa Traveloka sebaiknya perlu memperbaiki pada *System Availability*.
2. Pada variabel *E-Trust* semua dimensi memiliki pengaruh yang besar. Hal ini tentunya Traveloka harus mempertahankan tingkat *E-Trust* terhadap pelanggan.
3. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan agar mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor lain yang dapat mempengaruhi *E-Satisfaction* dan *E-Loyalty* selain dari faktor *E-Service Quality* dan *E-Trust*.