

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan PLS untuk menguji pengaruh *E-servicescape* dan gamifikasi terhadap loyalitas pelanggan Tokopedia di Kota Surabaya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa *E-Servicescape* mampu memberikan kontribusi yang baik terhadap loyalitas pelanggan pada aplikasi Tokopedia di Kota Surabaya. Hal ini menandakan bahwa kualitas *e-servicescape* yang baik akan menghasilkan loyalitas pelanggan yang tinggi terhadap aplikasi Tokopedia di Kota Surabaya.
2. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Gamifikasi mampu memberikan kontribusi yang baik terhadap loyalitas pelanggan pada aplikasi Tokopedia di Kota Surabaya. Dengan adanya Gamifikasi pelanggan cenderung merasa lebih terlibat dan termotivasi dalam berinteraksi dengan Tokopedia. Hal ini menandakan bahwa pelanggan yang mengalami pengalaman gamifikasi yang positif cenderung lebih loyal terhadap aplikasi Tokopedia di Kota Surabaya.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas maka terdapat beberapa saran bagi pihak-pihak yang berkaitan dalam penelitian ini untuk menjadi bahan

pertimbangan atau dimanfaatkan untuk penelitian-penelitian selanjutnya, diantaranya sebagai berikut:

1. Diharapkan aplikasi Tokopedia dapat meningkatkan kualitas *e-servicescape*, Tokopedia harus lebih memperhatikan tata letak dan fungsionalitas yang diberikan kepada pelanggan. Hal ini akan membantu meningkatkan persepsi pelanggan terhadap kualitas *e-servicescape* dan meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga meningkatkan loyalitas mereka terhadap Tokopedia karena tata letak dan fungsionalitas merupakan konsentrasi pengguna yang memiliki pengaruh paling besar.
2. Diharapkan Tokopedia dapat menerapkan strategi gamifikasi yang efektif, dengan memperhatikan entertainment sehingga dapat meningkatkan keterlibatan pelanggan serta memotivasi mereka untuk tetap loyal terhadap aplikasi Tokopedia karena entertainment merupakan konsentrasi pengguna yang memiliki pengaruh paling besar terhadap loyalitas pelanggan.
3. Diharapkan kepada peneliti selanjutnya agar dapat memperluas ruang lingkup penelitian serta meneliti pada objek yang berbeda.