

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dari data dan pembahasan sebelumnya, terkait dengan Pengaruh *E-Service Quality* dan *E-Trust* Terhadap *Repurchase Intention* Pengguna Tiket.com Di Surabaya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa *E-Service Quality* mampu memberikan kontribusi terhadap peningkatan *Repurchase Intention* pengguna Tiket.com di Surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik *e-service quality* yang diberikan kepada pengguna Tiket.com maka semakin meningkatkan *repurchase intention*. Demikian pula sebaliknya.
2. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa *E-Trust* mampu memberikan kontribusi terhadap peningkatan *Repurchase Intention* pengguna Tiket.com di Surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *e-trust* dibangun oleh Tiket.com, maka semakin tinggi *repurchase intention* oleh pengguna Tiket.com. Demikian pula sebaliknya.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dan simpulan penelitian, ada beberapa saran yang dapat dijadikan pertimbangan, antara lain:

1. Perusahaan diharapkan dapat mempertahankan *e-service quality* yang diberikan Tiket.com kepada penggunanya melalui aplikasi yang mudah dipahami. Selanjutnya perusahaan harus lebih meningkatkan *e-service quality* dalam hal kemudahan penggunaan aplikasi ataupun *website* Tiket.com.
2. Perusahaan diharapkan mampu mempertahankan *e-trust* kepada pengguna Tiket.com. Selanjutnya perusahaan harus dapat lebih meningkatkan *e-trust* pengguna Tiket.com sehingga akan tercipta *repurchase intention*.
3. Bagi penelitian selanjutnya, studi ini dapat dipakai sebagai acuan penelitian selanjutnya untuk menggunakan variabel-variabel yang berbeda, seperti *brand image*, *electronic word of mouth*, *brand awareness*, atau lainnya dengan tujuan agar penelitian selanjutnya mempunyai variasi sehingga dapat lebih mengetahui variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi *repurchase intention* guna meningkatkan akurasi dan menambah kesempurnaan penelitian selanjutnya.