

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian terhadap 100 responden yang berkaitan dengan pengaruh *e-service quality* dan *brand trust* terhadap keputusan pembelian konsumen Traveloka.com di Kota Semarang, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel *e-service quality* Traveloka.com termasuk dalam kategori yang baik. Namun masih terdapat konsumen yang merasa data privasi mereka tidak aman, kelancaran website pada Traveloka.com dikarenakan butuh waktu yang tidak sebentar.
2. Variabel *brand trust* Traveloka.com termasuk dalam kategori yang baik. Namun masih kurangnya kepercayaan beberapa konsumen kepada Traveloka.com dikarenakan tidak dapat memenuhi kebutuhan konsumen terutama pada ragam/jenis maskapai di Indonesia.
3. Variabel keputusan pembelian termasuk dalam kategori yang baik. Namun masih terdapat nilai yang masuk pada kategori cukup mengenai layanan Traveloka.com sehingga tidak menjadikan produk Traveloka.com sebagai pilihan utama dalam melakukan keputusan pembelian.
4. Variabel *e-service quality* memberikan pengaruh secara signifikan terhadap variabel keputusan pembelian.

5. Variabel *brand trust* memberikan pengaruh secara signifikan terhadap variabel keputusan pembelian.
6. Variabel *e-service quality* dan *brand trust* secara bersama dapat memberikan pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

4.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang didapat dari hasil penelitian, terdapat beberapa saran yang dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam rangka meningkatkan keputusan pembelian konsumen Traveloka.com. Adapun saran yang dapat diberikan kepada perusahaan yaitu sebagai berikut :

1. Perlu adanya peningkatan keamanan Traveloka.com kepada konsumen terkait data privacy, sehingga dapat memberikan rasa aman.
2. Perusahaan diharapkan dapat meningkatkan kualitas website Traveloka.com sehingga konsumen dapat mengakses situs website dengan lancar.
3. Perusahaan dapat meningkatkan layanan kebutuhan tiket dengan menambah jumlah ketersediaan maskapai, penambahan jumlah tiket kereta dan tiket hotel.

Daftar Pustaka

- Andriana, Dian. 2003. *Pengenalan Pemrograman E Commerce dengan PHP dan MySQL*http://www.ilmukomputer.org/wpcontent/uploads/2006/08/dian_ecommerce.zip. Diakses pada Febuari 2019.
- Anggraeni, Ni Made Savitri dan Ni Nyoman Kerti Yasa. 2012. *E-service quality terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan dalam Penggunaan Internet Banking*. Jurnal Keuangan dan Perbankan. Vol. 16, no.2. 293-306.
- Basu, Swastha DH, Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi kedua, cetakan ke-tigabelas, Yogyakarta : Liberty Offset.
- Cartelli, Antonio & Palma, M. 2008. *Encyclopedia of Information Communication Technology*. New York : Hershey.
- Catur, Rismiati & Bondan Suratno. 2001. *Pemasaran Jasa dan Barang*. Yogyakarta : Kanisius.
- Chase, Richard & Aquilano. 2006. *Operations Management for Competitive Advantage*. Boston : McGraw Hill.
- Cooper, Donald R. & Pamela, S. Schindler. 2006. *Metodologi Riset Bisnis Vol. 1* Jakarta : Hoesada.
- Durianto, Sugiarto & Sitinjak. 2004. *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset, Ekuitas, dan Perilaku Merek*. Jakarta : Gramedia.
- Edris, Mochamad. 2009. *Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek (studi kasus pada deterjen merek Rinso di kabupaten kudu)*. Jurnal analisis Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus. ISSN : 1979-6889.
- Ferinnadewi, Erna. 2008. *Merek dan Psikologi Konsumen*. Yogyakarta : Graha.
- Gectil, Fatih & Zengin, Hayrettin. 2013. *The Relationship between Brand trust, Brand Affect, Attitudinal Loyalty and Behavioral Loyalty : A Field Study towards Sports Shoe Consumers in Turkey*. *International Journal of Marketing Studies*. Vol 5 No.2.

- Hurriyati, Ratih. 2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung : Alfabetha.
- Kartajaya, Hermawan. 2006. *Hermawan Kartajaya on Marketing Mix Seri 9 Elemen Marketing*. Bandung : Mizan Pustaka.
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi ke-12*. Jakarta : Erlangga.
- Laudon, K. & Laudon J. 1998. *Essentials of Management Information System*. New Jersey : Prentice Hall.
- Lee, Gwo & Lin, Hsiu. 2005. Customer Perceptions of Service Quality in Online Shopping. *International Journal of Retail & Distribution Management*. Vol 33.
- Lovelock C. & Wirtz I. 2007. *Manajemen Pemasaran Jasa , Alih Bahasa Agus Widyantoro..* Jakarta : Indeks.
- Orenzi, BOC. 2019. *Statistik Pengguna Digital dan Internet Indonesia 2019*.
<https://www.boc.web.id>. Diakses pada Febuari 2019.
- Sangadji, E.M., dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai : Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Schiffman dan Kanuk. 2008. *Perilaku konsumen Edisi 7*. Jakarta : Indeks.
- Sekaran, Uma. 2014. *Research Methods for Business*. Jakarta : Salemba 4.
- Stainback, Susan & Stainback, William. 1988. *Understanding and Conducting Qualitative Research*. Iowa : Hunt Publishing Company.
- Sugiyono. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta CV.
- Swastha, Basu. 2008. *Manajemen Pemasaran dan Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : Liberty.
- Wisnalmawati. 2005. Pengaruh Persepsi Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Niat Pembelian Ulang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, No.3 Jilid 10.