

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan sebagaimana telah diuraikan pada BAB IV, maka penulis membuat beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Setelah penulis melakukan penelitian mengenai Kepercayaan dan *E-service quality* pada masyarakat Kelurahan Sidorejo, maka dapat disimpulkan Kepercayaan berpengaruh positif terhadap Loyalitas konsumen *Grab* pada masyarakat Kelurahan Sidorejo, telah diuji dan terbukti dapat diterima kebenarannya.
2. *E-service quality* berpengaruh positif terhadap Loyalitas konsumen *Grab* pada masyarakat Kelurahan Sidorejo. Hal ini menyatakan hipotesis yang dirumuskan penulis yaitu *E-service quality* diduga berpengaruh positif terhadap Loyalitas konsumen, telah diuji dan terbukti dapat diterima kebenarannya.
3. Setelah penulis melakukan penelitian mengenai Kepercayaan dan *E-service quality* pada masyarakat Kelurahan Sidorejo, maka dapat disimpulkan bahwa Kepercayaan dan *E-service quality* berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap Loyalitas konsumen.

## 5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut :

1. Dari hasil penelitian ini variabel kepercayaan berpengaruh positif. Namun beberapa hal yang harus perlu diperhatikan seperti, memperjelas informasi-informasi mengenai keamanan dan kerahasiaan situs, dan merekrut karyawan (supir) yang berkualifikasi baik. Sehingga masyarakat akan lebih percaya untuk menggunakan kembali aplikasi *Grab*.
2. Sementara untuk variabel *E-service quality*, perlu diperhatikan peningkatan fitur-fitur seperti fitur pada *homepage*, informasi layanan yang lebih jelas kepada konsumen, terutama promo yang diberikan dan juga menanggapi setiap keluhan konsumen.
3. Kepada peneliti selanjutnya, karena penelitian ini baru sampai mengangkat pengaruh kepercayaan dan *E-service quality* yang memiliki nilai R Square rendah yaitu sebesar 45,5%, dan sisanya 54,5% merupakan faktor lainnya diluar variabel yang diteliti dalam penelitian ini. Maka peneliti menyarankan adanya penelitian lebih lanjut dan lebih mendalam dengan menambahkan variabel bebas seperti keamanan, promosi, komitmen, dan kepuasan konsumen yang berkaitan dengan Loyalitas konsumen.