

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Pengujian hipotesis pada penelitian ini mendapatkan hasil serta menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *E-Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan *ShopeeFood*
2. *E-Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas konsumen *ShopeeFood*
3. Kepuasan Pelanggan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas *ShopeeFood*
4. *E-Service Quality* tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan yang dimediasi oleh Loyalitas

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, terdapat beberapa saran yang diberikan oleh peneliti antara lain sebagai berikut:

A. Bagi Perusahaan

Dengan adanya *E-Service Quality* yang menjadi salah satu kepentingan bagi perusahaan yang dapat berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan konsumen, tentunya hal ini harus dipertahankan dan ditingkatkan kualitasnya seperti melakukan pengecekan produk secara berkala sehingga menghindari ada produk yang cacat, memberikan potongan harga yang menarik bagi masyarakat, tampilan web yang memudahkan pelanggan, proses transaksi digital yang mudah dan *costumer service* yang dapat membantu pelanggan kapan saja sehingga para

konsumen semakin yakin terhadap perusahaan yang memiliki kualitas *E-Service* yang sangat baik.

B. Bagi Penelitian Selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya harus lebih mengembangkan lebih lanjut terkait dengan menambah variabel lain seperti Kualitas Produk, *Costumer Service*, Ketepatan produk sampai ke tangan pelanggan, Proses transaksi digital, pilihan pembayaran digital dan potongan harga. Tentunya variabel tersebut dapat menjadi acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mendapatkan hasil terbaru dan dapat menyempurnakan penelitian sebelumnya.