

# **BAB V**

## **PENUTUP**

### **5.1 Kesimpulan**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Website dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening. Berdasarkan hasil pembahasan, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Besarnya pengaruh kualitas website terhadap kepercayaan dapat dilihat dari koefisien jalur bernilai 0.466. Nilai koefisien ini menunjukkan bahwa kualitas website berpengaruh langsung terhadap kepercayaan sebesar 46,6% secara langsung dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Dari hasil dapat disimpulkan bahwa kualitas website Traveloka yang baik akan membuat tingginya tingkat kepercayaan ketika konsumen bertransaksi dan menggunakan situs Traveloka.
2. Besarnya pengaruh harga terhadap kepercayaan dapat dilihat dari nilai koefisien jalur bernilai 0,487. Nilai koefisien ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh langsung terhadap kepercayaan sebesar 48,7% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Dari hasil diatas disimpulkan kepercayaan konsumen terhadap situs Traveloka akan meningkat apabila harga yang diberikan terjangkau, sesuai kualitas produk yang diterima konsumen, lebih murah dibandingkan trevelagent online lain, dan sesuai dengan manfaat yang dirasakan oleh konsumennya.
3. Pengaruh kualitas website terhadap loyalitas pelanggan dapat dilihat dari koefisien jalur bernilai 0,178. Nilai koefisien ini menunjukkan bahwa kualitas website berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan sebesar 17,8% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Kualitas website mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan apabila pelanggan merasakan kenyamanan menggunakan website.

4. Pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan dapat dilihat dari nilai koefisien jalur bernilai 0,498. Nilai koefisien ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan sebesar 49,8% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Pengaruh antara harga terhadap loyalitas pelanggan dapat terjadi apabila harga yang diberikan Traveloka dapat terjangkau oleh konsumen, biaya yang dikeluarkan sesuai dengan kualitas produk yang diterima konsumen.
5. Besarnya pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan dapat dilihat pada nilai koefisien jalur sebesar 0.353. Nilai koefisien ini menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan sebanyak 28,3% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Kepercayaan yang telah dimiliki Traveloka dari para konsumen harus tetap dijaga agar tidak mengalami resiko beralihnya pelanggan keagen travel online lainnya sehingga Traveloka mampu terus berkembang.

## 5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan diatas, maka penulis memberikan beberapa masukan dan saran yang dapat digunakan bagi pihak Traveloka dalam meningkatkan kualitas website dan harga sehingga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dalam bertransaksi dan menggunakan layanan disitus Traveloka dimasa yang akan datang.

Berikut saran dalam meningkatkan loyalitas pelanggan dimasa yang akan datang, diantaranya:

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan untuk pihak yang terkait dalam meningkatkan loyalitas pelanggan, maka perusahaan perlu menerapkan cara strategis dengan memperhatikan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi konsumen agar menjadi loyal antara lain:
  - 1) Diharapkan pihak Traveloka dapat terus meningkatkan kualitas situs *website* dengan memberikan informasi deskripsi barang didalamnya, meningkatkan keamanan *website* terkait proses transaksi, mendesain menu pada *website* Traveloka agar lebih mudah dipahami.

- 2) Memperhatikan mengenai kebijakan penetapan harga pada *website*, dikarenakan harga sangat mempengaruhi sensitivitas pelanggan untuk terus melakukan pemesanan atau pembelian ulang. Perusahaan Traveloka harus selalu memperhatikan harga yang ditawarkan oleh vendor agar tidak terlalu tinggi dibandingkan dengan produk sejenis yang dijual ditoko *online travel agent* lainnya.
  - 3) Untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan yang akan memberikan dampak dalam meningkatnya loyalitas, *online store* Traveloka harus berperilaku jujur dalam setiap transaksi, selalu memberikan keterampilan setiap melayani pelanggannya, dan selalu bertanggungjawab terhadap kesalahan transaksi jual-beli.
- b. Bagi peneliti selanjutnya
- 1) Dapat memperluas dan menambah jumlah populasi serta sampel penelitian guna untuk mendapatkan hasil yang lebih memuaskan.
  - 2) Menambahkan variabel penelitian yang bertujuan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dalam bertransaksi dan menggunakan layanan khususnya secara *online*.
  - 3) Memperbaharui rumusan masalah, teori yang terbaru dan indikator pada penelitian ini.
  - 4) Menggali lebih dalam lagi mengenai fenomena-fenomena terkini yang terjadi.