

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan.

Berdasarkan landasan teori dan disertai dengan hasil penelitian yang telah di bahas pada bab sebelumnya dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa Citra Merek tidak memiliki pengaruh dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen pada platform belanja daring di Kota Kupang.
2. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen pada platform belanja daring di Kota Kupang.

5.2 Implikasi Teoritis

Implikasi teoritis dari hasil penelitian ini yaitu dapat menjadi bukti empiric yang menjelaskan pengaruh citra merek dan kualitas pelayanan terhadap kepercayaan konsumen di shopee adalah :

- a. Menurut Ratri (2007), citra merek merupakan asosiasi dari semua informasi yang tersedia mengenai produk, jasa dan perusahaan dari merek yang dimaksud. Informasi ini didapat dari dua cara, yang pertama melalui pengalaman konsumen secara langsung, yang terdiri dari kepuasan fungsional dan kepuasan emosional. Merek tersebut tidak cuma dapat bekerja maksimal dan memberikan performansi yang dijanjikan tapi juga harus dapat memahami kebutuhan konsumen, mengusung nilai- nilai yang diinginkan oleh

konsumen dan juga memenuhi kebutuhan individual konsumen yang akan memberi kontribusi atas hubungan dengan merek tersebut. Hasil penelitian saya membuktikan bahwa citra merek tidak memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepercayaan konsumen pada platform belanja daring shopee di kota kupang, sehingga penelitian ini mendukung teori menurut Menurut Ginting (3013:99)

- b. Kualitas pelayanan yang baik merupakan kunci keberhasilan dalam mempertahankan usahanya. Pada e-commerce konsumen berinteraksi dengan perusahaan menggunakan website. Kualitas sebuah website e-commerce dapat diukur menggunakan variabel kegunaan, kualitas informasi, dan kualitas interaksi pelayanan. Hasil penelitian saya membuktikan bahwa kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepercayaan konsumen pada platform belanja daring shopee di kota kupang, sehingga penelitian ini mendukung teori menurut Menurut Mauludin (2013:67).
- c. Hasil penelitian tidak sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang di lakukan oleh Penelitian terdahulu juga dilakukan oleh Megananda dwi ramadhani,dkk(2020) Dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian online, kualitas pelayanan situs web memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap

keputusan pembelian online. Berdasarkan hasil penelitian saya dengan penelitian terdahulu membuktikan bahwa ada perbedaan pada hasil penelitian saya menunjukkan bahwa tidak berpengaruh dan tidak signifikan antara citra merek terhadap kepercayaan konsumen pada platform belanja daring shopee sedangkan kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepercayaan konsumen pada belanja daring shopee. Jadi ada perbedaan atau bertentangan dengan penelitian terdahulu menurut teori Megananda dwi ramadhani, dkk (2020).

5.3 Implikasi Terapan

Berdasarkan kesimpulan yang dikemukakan pada sub bagian pertama dalam penelitian ini, peneliti dapat mengemukakan beberapa hal penting sebagai berikut:

1. Bagi aplikasi shopee agar memepertahankan masing-masing indikator dari variable citra merek terdapat nilai terendah ada pada indikator pernyataan Saya berbelanja di shopee karena pengiriman barangnya cepat dan fitur shopee dilengkapi chat langsung dengan penjual atau seller di shopee sebesar 73%. Adapun variabel kualitas pelayanan terdapat nilai terendah pada pernyataan Saya percaya pihak penjual pada situs shopee selalu mengutamakan keterus terangan dalam menjual barang dagangannya 82,7%.
2. Disarankan bagi peneliti selanjutnya, agar dapat meneliti lebih lanjut tentang variable citra merek ada pada indikator pernyataan Saya

berbelanja di shopee karena pengiriman barangnya cepat dan fitur shopee dilengkapi chat langsung dengan penjual atau seller di shopee sebesar 73%. kualitas pelayanan pada pernyataan Saya percaya pihak penjual pada situs shopee selalu mengutamakan keterus terangan dalam menjual barang dagangannya 82,7%,,penelitian ini dapat di jadikan sebagai refrensi untuk peneliti mengenai pengaruh citra merek dan kualitas pelayanan terhadap kepercayaan konsumen.