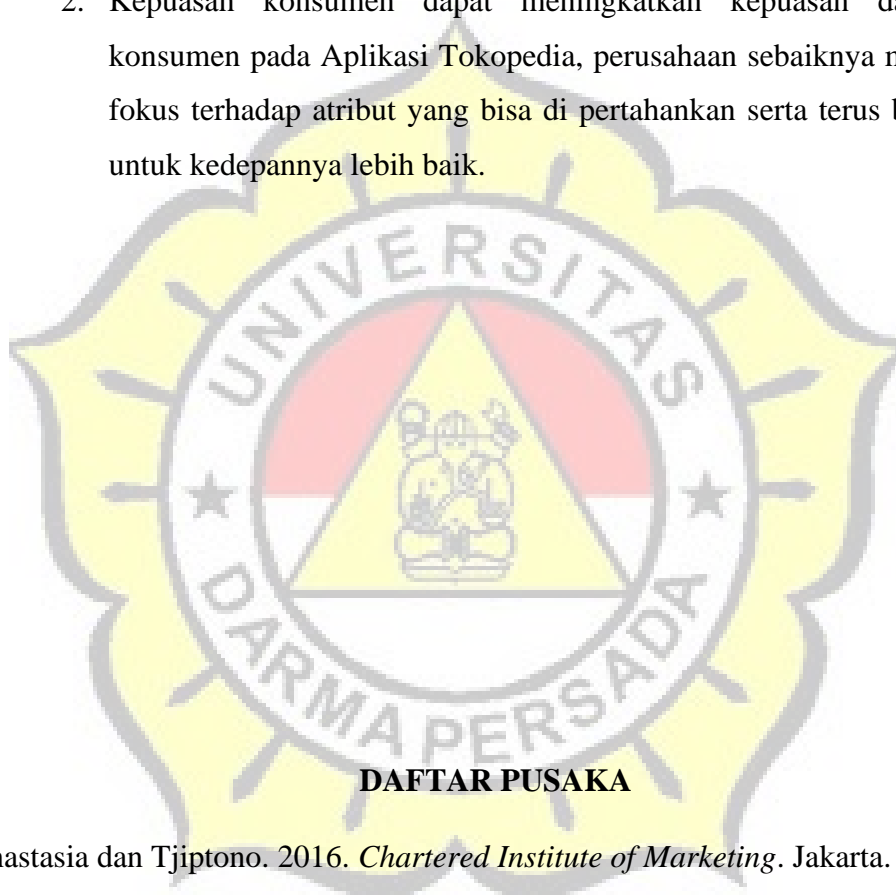


## 5.2. SARAN

Dari hasil analisis yang telah dilakukan, penulis memiliki beberapa saran yang akan diberikan kepada PT Tokopedia :

1. Untuk meningkatkan minat konsumen sebaiknya PT Tokopedia memperhatikan dan meningkatkan atribut yang perlu di perbaiki agar konsumen bisa lebih tertarik dan merasa puas berbelanja atau hanya sekedar berkunjung ke Aplikasi Tokopedia.
2. Kepuasan konsumen dapat meningkatkan kepuasan dan minat konsumen pada Aplikasi Tokopedia, perusahaan sebaiknya melakukan fokus terhadap atribut yang bisa di pertahankan serta terus berinovasi untuk kedepannya lebih baik.



### DAFTAR PUSAKA

- Anastasia dan Tjiptono. 2016. *Chartered Institute of Marketing*. Jakarta.
- Anwar Prabu Mangkunegara. (2002). *Manajemen Sumber Daya Manusia*, PT. Remaja Rosda Karya, Bandung.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia Polling Indonesia, APJII.
- Chandra, Ahmad dan Dadang, Herman. 2013. *E-Busines & E-Commerce*. Yogyakarta: Andi.
- Dharmmaesta dan Handoko. 2012:54. *Kecenderungan Memahami Reaksi Konsumen*.

- Fitzsimmons. 2011:35-36. Prinsip Dimensi Pelayanan. Jakarta: Sulastiyono
- Harsita, Pradipta Ayu dan Aman. 2018. *Analisis Sikap Konsumen Terhadap Produk Olahan Singkong*. Jember : Universitas Jember Indonesia.
- Irawan, Handi. 2009. 10 Prinsip Kepuasan Pelanggan. Jakarta : Elek Media Komputindo
- Jony Wong. 2010:33. *Electronic E-commerce*. Jakarta: Elek Media Komputindo
- Kementrian Komunikasi dan Informatika (2015). Situs Yang Familiar Digunakan Oleh Pembeli Dalam Transaksi E-commerce Tahun 2015. Retrieved from Kementrian Komunikasi dan Informatika: <http://statistik.kominfo.go.id/site/data?idtree=430&iddoc=1467>, diakses pada 6 Nov 2020.
- Kotler and Amstrong. 2018,77-78. Bauaran pemasaran *Marketing Mix*. Jakarta;Erlangga
- Kotler and Keller. 2016. Target Pasar. Jakarta:Erlangga
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2015. Kemajuan Teknologi E-marketing. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. Manajemen Pemasaran Buku 1. Jakarta:Erlangga
- Kotler, Philip dan Gary Astrong. 2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran Buku 1. Jakarta : Erlangga
- Laudon dan Traver. 2017. *E-commerce* melibatkan pengguna *Internet*. Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat dan A.Hamdani. 2006. Manajemen Pemasaran Jasa Edisi 2. Jakarta: Salemba Empat
- Partini. 2012:274). Macam-macam Sikap Konsumen. Jakarta:Sunyoto.
- Sangadji dan Sopiah. 2013:194. Mengetahui dan memahami konsumen. Bogor:Indobook
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung:

Alfabeta.

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suparyanto dan Rosad. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Bogor: In Media.

Tannady, Hendy., Andrea, Billy., Nurprihatin, Filscha., and Lusiani, Mirna. (2017). *Analisis kualitas jasa pada maskapai penerbangan rute 109ating109c tarif menengah kebawah dengan menggunakan metode Servqual dan metode Importance and Performance Analysis. Prosiding SNATIF, hal. 693-699*  
*Servqual dan metode Importance and Performance Analysis. Prosiding SNATIF, hal. 693-699*

Terry. 2016. *Pengaruh Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Manap

Titin Tri Puji Lestari. 2016. “*Pengaruh E-Service Quality terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Pembelian Tiket Kereta Api melalui aplikasi KAI Access*”.

Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta : Anndi Offset

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/04/01/pelaku-e-commercedidominasi-usia-muda>, diakses pada 1 Januari 2021. [apjii.or.id](http://apjii.or.id),

diakses pada 1 Januari 2021. [iPrice.co.id](http://iPrice.co.id), diakses pada 5 Januari 2021.