

BAB V
KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian dan pembahasan yang sudah dijelaskan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Setelah dilakukan uji statistik untuk mengetahui pengaruh secara simultan antara variabel bebas Kepercayaan (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap variabel terikat Loyalitas Pelanggan (Y). Diperoleh F^{hitung} lebih besar dari F^{tabel} sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa semua variabel Kepercayaan (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) berpengaruh signifikan dan positif terhadap variabel terikat Loyalitas Pelanggan (Y).
2. Hasil pengujian secara parsial menyimpulkan bahwa:
 - a. Pengujian parsial Kepercayaan (X_1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).
Diketahui secara parsial variabel Kepercayaan (X_1) berpengaruh signifikan dan positif terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).
 - b. Pengujian parsial Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).
Diketahui secara parsial variabel Kualitas Pelayanan (X_2) berpengaruh signifikan dan positif terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian secara keseluruhan dan kesimpulan yang diperoleh oleh peneliti, dapat dikembangkan beberapa saran bagi pihak - pihak yang berkepentingan dalam penelitian ini. Adapun saran - saran yang dikemukakan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Untuk meningkatkan Loyalitas Pelanggan sebaiknya pihak manajemen PT. Bukalapak.com perlu meningkatkan variabel Kepercayaan dengan memperhatikan kondisi niat baik, integritas dan kompetensi. Sehingga pelanggan akan merasa nyaman dan loyal dalam berbelanja, hal ini sangat berpengaruh baik nantinya pada PT Bukalapak.com agar dapat mewujudkan visi misi perusahaan untuk menjadi penyedia jasa *e-commerce* nomor satu di Indonesia.
2. Pihak manajemen perusahaan PT. Bukalapak hendaknya memperhatikan dan mempertahankan Kualitas Pelayanan karena hal tersebut juga mempengaruhi Loyalitas Pelanggan serta selalu merespon dengan cepat masukan atau keluhan dari para pelanggan / pengguna jasanya.
3. Untuk penelitian selanjutnya yang mengambil obyek pada PT. Bukalapak.com diharapkan dapat menggunakan variabel bebas lainnya. Agar peneliti lainnya mendapatkan ilmu dan pengetahuan baru di dalam melakukan penelitiannya dan juga sangat berdampak baik pada perusahaan karena dapat membantu perusahaan untuk dapat tumbuh dan berkembang menjadi lebih baik lagi.