

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Variabel kepuasan (X1), kualitas pelayanan (X2) , dan harga (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y).
2. Variabel kepuasan (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y).
3. Variabel kualitas pelayanan (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y).
4. Variabel harga (X3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y).

5.2 Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian dan kesimpulan pada penelitian ini, maka dapat dikemukakan saran yang dapat dipertimbangkan dan ditingkatkan antara lain sebagai berikut:

1. Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa kepuasan berpengaruh signifikan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan Shopee di Mojokerto. Hal ini dapat dilihat dari kuisisioner penelitian variabel kepuasan mengenai produk yang diterima sesuai dengan harapan pelanggan sehingga para pelanggan Shopee memberikan nilai yang bagus. Oleh karena itu, peneliti memberikan

saran agar perusahaan Shopee tetap mempertahankan dan menjaga produk yang diterima sesuai dengan harapan para pelanggan.

2. Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan Shopee di Mojokerto. Kualitas pelayanan yang baik maka loyalitas pelanggan akan baik pula. Sehingga sebaiknya perusahaan Shopee tetap menjaga dan mempertahankan kualitas pelayanan yang baik kepada para pelanggan agar pelanggan tersebut tidak beralih dan tetap menggunakan aplikasi Shopee.
3. Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa harga berpengaruh signifikan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan Shopee di Mojokerto. Harga yang terjangkau dan mampu bersaing dengan pesaing akan membuat pelanggan tertarik. Sehingga peneliti menyarankan agar perusahaan Shopee tetap mempertahankan harga yang tertera pada produk yang ada di Shopee supaya tidak kalah dengan e-commerce lain.
4. Saran untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat meneliti dan menganalisis lebih luas lagi terkait dengan faktor-faktor lain yang mempengaruhi loyalitas pelanggan.