BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan dari penelitian yang telah dilakukan melalui tahapan pengumpulan data, pengolahan data hingga analisis data mengenai pengaruh pembelian online dan pembelian offline terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Pembelian Online (X1) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) pada Magnesium Store
2. Pembelian Offline (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) pada Magnesium store
3. Pembelian Online (X1) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Z) pada Magnesium Store
4. Pembelian Offline (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Z) pada Magnesium store
5. Variabel kepuasasn pelanggan (Z) berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) pada Magnesium store

5.2 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan dalam penelitian ini, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

   Magnesium store blitar diharapkan dapat meningkatkan produk dan layanan pada pembelian secara online. Terutama untuk mewujudkan loyalitas pelanggan dalam pembelian secara online terhadap merek produk yang dimiliki, salah satu hal yang dapat dilakukan yaitu dengan terus membangun kepuasan pelanggan yang dapat dicapai melalui produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Karena pembelian online terbatas akan antarmuka, maka perbaikan-perbaikan pada situs web ataupun platfrom yang digunakan akan sangat membantu untuk meningkatkan layanan yang juga berdampak dalam kepuasan. Kepuasan yang diraskan oleh pelanggan dapat memotivasi untuk melakukan pembelian secara berulang sehingga pelanggan akan kembali memakai produk dari suatu merek tersebut. Dengan terus menjadi suatu *brand* lokal yang memiliki *good quality* akan mampu untuk membangun sebuah kebanggaan di mata pelanggan dan hal ini menjadi langkah perusahaan untuk mencipakan kepuasaan pelanggan serta akan menimbulkan loyal dalam membeli produk.

2. Bagi peneliti selanjutnya

   Peneliti selanjutnya diharapkan untuk lebih variatif lagi dalam mengembangkan indikator dan faktor dalam variabel yang akan digunakan. Melengkapi metedologi penelitian guna mendapatkan hasil yang lebih luas, akurat, dan rinci.