

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

. Pada Indikator pertama yang memiliki kontribusi terbesar dalam mengukur variabel adalah variabel Promosi yaitu Reputasi Baik dengan nilai sebesar 0,833. Indikator ke dua yang memiliki kontribusi terbesar dalam mengukur variabel adalah variabel Harga yaitu Harga Terjangkau dengan nilai sebesar 0,967, . Indikator ke tiga yang memiliki kontribusi terbesar dalam mengukur variabel adalah variabel Produk yaitu Kualitas Produk dengan nilai sebesar 0,880 memberi pengaruh positif terhadap kepuasan Pelanggan dan Loyalitas. Hal ini berarti bahwa variabel Promosi, Harga, dan Produk lebih diperhatikan oleh konsumen, maka Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas mampu dipercaya oleh konsumen OLX melalui Promosi, Harga, dan Produk yang diberikan .

Pada variabel Pelayanan dengan nilai sebesar $0,100 < 1,645$ sehingga tidak memberi pengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas. Hal ini berarti bahwa variabel Pelayanan tidak mempengaruhi Kepuasan pelanggan dan Loyalitas

5.2 Saran

Dari hasil penelitian ini dapat dikemukakan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan atau dimanfaatkan sebagai bahan dalam meningkatkan Kepuasan pelanggan dan Loyalitas diantaranya:

1. Perusahaan OLX lebih memperhatikan Kelengkapan Produk yang ditawarkan dan dipasarkan serta merencanakan harga yang murah, karena Produk dan Harga sangat memiliki peran penting bagi Kepuasan Pelanggan.
2. Perusahaan OLX perlu meningkatkan lagi Pelayanan meskipun tidak memiliki peran penting bagi konsumen, namun agar lebih baik bagi OLX kepuasan pelanggannya dengan memberikan Pelayanan untuk menarik konsumen yang baru.