

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian dan pembahasan di atas dapat di tarik kesimpulan bahwa :

1. Hasil dari pengujian secara simultan menyatakan bahwa :

Setelah di lakukan uji statistik untuk mengetahui pengaruh secara simultan antara variabel bebas Iklan, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap variabel terikat Loyalitas Pelanggan. Diperoleh $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $18,410 > 2,699$ sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa dari masing masing variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat Loyalitas Pelanggan.

2. Hasil dari pengujian secara parsial menyimpulkan bahwa :

Pengujian parsial variabel Iklan terhadap Loyalitas pelanggan diketahun t hitung $<$ t tabel yaitu $0,231 < 1,985$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel iklan tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Pengujian parsial variabel kualitas pelayanan di ketahui t hitung $>$ t tabel yaitu $3,218 > 1,985$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Pengujian parsial variabel kepuasan pelanggan di ketahui t hitung $>$ t tabel yaitu $4,839 > 1,985$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas pelanggan.

5.2 Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian ini, didapatkan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan atau dimanfaatkan sebagai bahan dalam pengambilan keputusan sebagai berikut :

- 1) Sebaiknya pelayanan yang dilakukan tetap dipertahankan dan jika bisa lebih ditingkatkan lagi, karena masih ada beberapa orang yang belum puas dikarenakan respon penjual yang kurang baik atau tanggapan dari customer service shopee yang kurang memuaskan, karna biasanya masalah seperti ini kerap terjadi ketika pembeli ingin melakukan *refund* berupa penggantian dana yang ingin di *refund*, sehingga akan terbentuk rasa loyalitas konsumen terhadap e-Commerce Shopee.
- 2) Berdasarkan penelitian diatas variable iklan tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, hal ini bisa disebabkan karena nama shopee yang telah dikenal luas oleh masyarakat sehingga nama shopee sudah tidak asing lagi terdengar oleh masyarakat, untuk saat ini yang diperlukan hanya peningkatan iklan dan perluasan jangkauan penayangan iklan shopee agar pembeli yang belum begitu mengenal shopee atau untuk mendapatkan pelanggan baru, untuk saat ini iklan yang ditampilkan sangat menarik dan lagu yang digunakan shopee sangat mudah diingat oleh para pembeli.
- 3) Untuk kepuasan konsumen sendiri bisa dilakukan peningkatan layanan yang baik sehingga dapat mengatasi semua masalah yang dialami oleh penggunanya, jika pelanggan merasa puas dengan semua layanan yang telah diberikan oleh shopee, mulai dari fitur, kemudahan layanan dan sebagainya, maka bisa

membuat pelanggan menjadi loyal dan cenderung melakukan pembelian ulang pada e-commerce shopee.