

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan judul “Pengaruh Nilai pelanggan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus : Pada Pengguna *E-Commerce* Shopee Di Jakarta Timur)” diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan, terdapat pengaruh antara nilai pelanggan (X1) dan kepuasan pelanggan (X2) terhadap loyalitas pelanggan (Y). Hasil ini ditunjukkan dengan nilai ($F_{hitung} > F_{tabel}$) sebesar $30,961 > 3,09$ dan angka signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga untuk variabel nilai pelanggan (X1) dan kepuasan pelanggan (X2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y).
2. Hasil penelitian menunjukkan secara parsial, terdapat pengaruh antara nilai pelanggan (X1) terhadap loyalitas pelanggan (Y) hasil ini ditunjukkan dengan nilai ($T_{hitung} > T_{tabel}$) sebesar $2,002 > 1,988$ dan angka signifikan sebesar $0,048 < 0,05$. Sehingga untuk variabel nilai pelanggan (X1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y).
3. Hasil penelitian menunjukkan secara parsial, terdapat pengaruh antara kepuasan pelanggan (X2) terhadap loyalitas pelanggan (Y).

Hasil ditunjukkan dengan nilai ($T_{hitung} > T_{tabel}$) sebesar $4,708 > 1,988$ dan angka signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga untuk variabel kepuasan pelanggan (X2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y).

4. Besarnya pengaruh variabel nilai pelanggan (X1) dan kepuasan pelanggan (X2) terhadap loyalitas pelanggan (Y) dapat dilihat pada besaran nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 39,0% atau 39%.
5. Berdasarkan hasil persamaan regresi atau analisis regresi linear berganda yaitu terdapat persamaan $Y = 0,884 + 0,304X1 + 0,625X2$ menunjukkan bahwa nilai konstan sebesar 0,884 artinya loyalitas pelanggan (Y) belum dipengaruhi oleh variabel nilai pelanggan (X1) dan kepuasan pelanggan (X2). Koefisien regresi tersebut bernilai positif sehingga dapat disimpulkan bahwa tingkat kenaikan nilai pelanggan (X1), kepuasan pelanggan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kenaikan loyalitas pelanggan (Y). Dengan koefisien regresi (X1) nilai pelanggan sebesar 0,304 menunjukkan bahwa nilai pelanggan memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan (Y). Pada Koefisien regresi (X2) kepuasan pelanggan sebesar 0,625 menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan (X2) memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan (Y).

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut :

1. Shopee hendaknya dapat meningkatkan kualitas pelayanannya dan memberikan jenis layanan pengiriman produk yang beragam pada aplikasi Shopee dengan harga yang terjangkau agar nilai pelanggan dapat meningkat sehingga berdampak pada loyalitas pelanggan.
2. Shopee perlu membenahan mengenai strategi promosi yang menjanjikan konsumen dan perubahan fitur yang menarik dengan berbagai pilihan yang beragam tanpa mengurangi pilihan jenis layanannya yang sebelumnya disediakan untuk konsumen agar merek perusahaan menjadi *top of mind* dalam benak konsumen.
3. Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti atau melanjutkan penelitian ini, disarankan untuk meneruskan atau mengembangkan penelitian ini dengan mencari factor dan sumber lain, lokasi yang berbeda atau menambahkan variabel lain yang ada untuk dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan baik dalam diri konsumen (internal) maupun pemasar (eksternal).