

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Apabila dilihat secara bersama – sama (simultan), kualitas *website* (X1), dan *customer review* (X2) berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan dengan memiliki nilai sig yaitu sebesar 0,000 lebih dari nilai signifikan 0,05. Lalu memiliki f hitung sebesar 142,885 yang lebih besar dari f tabel yaitu 3,09 yang berarti mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan *e-commerce* Bukalapak. Besar pengaruh kualitas *website* (X1), dan *customer review* (X2) terhadap loyalitas pelanggan dapat dilihat dari besaran nilai koefisien determinasi (R²) yang memiliki nilai sebesar 0,747 atau 74,7 % yang berarti pengaruh kualitas *website* dan *customer review* pengguna terhadap loyalitas pelanggan secara simultan yaitu tinggi.
2. Variabel kualitas *website* (X1) setelah dilakukan uji hipotesis, kualitas *website* memiliki berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan *e-commerce* Bukalapak dengan nilai sig yaitu sebesar 0,008 lebih kecil dari nilai signifikan 0,05 yang mempunyai arti bahwa adanya pengaruh terhadap loyalitas pelanggan *e-commerce* Bukalapak secara parsial. Besarnya pengaruh kualitas *website*

terhadap loyalitas pelanggan dapat dilihat pada besaran koefisien determinasi (R^2) yang memiliki nilai sebesar 0,636 atau 63,6% yang berarti pengaruh kualitas *website* terhadap loyalitas pelanggan secara parsial yaitu tinggi.

3. Variabel customer *review* (X_2) setelah dilakukan uji hipotesis. Customer *review* memiliki berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan *e-commerce* Bukalapak dengan nilai sig sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai signifikan 0,05 yang mempunyai arti bahwa adanya pengaruh terhadap customer *review* dapat dilihat pada besaran nilai koefisien determinasi (R^2) yang memiliki nilai sebesar 0,728 atau 72,8% yang berarti pengaruh customer *review* terhadap pelanggan secara parsial yaitu tinggi.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini saran yang dapat disampaikan kepada perusahaan Bukalapak yaitu setelah dilakukan analisis koefisien determinasi bahwa kualitas *website* dan customer *review* memberikan pengaruh lebih dari 50% terhadap loyalitas pelanggan yaitu sebesar 71% maka penulis memberikan saran pada Bukalapak :

1. Untuk memberikan kemudahan pelanggan saat menggunakan aplikasi Bukalapak dapat meningkatkan keunggulan dari segi informasi, kegunaan dan juga layanan sehingga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

2. Perusahaan Bukalapak juga harus meningkatkan layanan dengan masa pengiriman barang dan pengemasan yang teliti dan aman sampai tujuan serta juga tepat waktu sesuai pada waktu yang sudah dijadwalkan pada tanggal yang ditentukan Bukalapak. Sehingga pelanggan bisa memberikan *review* yang positif dan percaya terhadap Bukalapak yang nantinya akan terus berbelanja online menggunakan *e-commerce* Bukalapak.
3. Untuk membentuk citra merek yang lebih bagus sehingga pelanggan akan terus percaya dan loyal membeli ulang produk dari aplikasi Bukalapak untuk seterusnya.

