

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kepercayaan merek memiliki pengaruh signifikan terhadap persepsi nilai pelanggan. Dengan dibuktikan bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu sebesar $2,656 > 1,988$ dengan angka signifikan kepercayaan merek sebesar $0,009 < 0,05$. Hal ini disebabkan karena konsumen menyadari akan adanya merek Sociolla sebagai tempat belanja *online*.
2. Kepercayaan merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dengan dibuktikan nilai t hitung kepercayaan merek lebih besar dari nilai t tabel ($2,264 > 1,988$) dengan angka signifikan kepercayaan merek sebesar $0,028 < 0,05$.
3. Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap persepsi nilai pelanggan dengan dibuktikan nilai t hitung kualitas layanan lebih besar dari t tabel ($3,461 > 1,988$) dengan angka signifikan kualitas layanan sebesar $0,000 < 0,05$.
4. Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas merek. Dibuktikan dengan nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($2,281 > 1,983$) dengan angka signifikan kualitas layanan sebesar $0,000 > 0,05$.
5. Persepsi Nilai Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas

pelanggan. Dibuktikan dengan nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($3,988 > 1,988$) dengan angka signifikan persepsi nilai pelanggan sebesar $0,000 < 0,05$.

6. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan merek dan kualitas layanan berpengaruh signifikan dimediasi persepsi nilai pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dibuktikan bahwa nilai kepercayaan merek dan kualitas layanan secara tidak langsung sebesar 0,136 dan 0,145 lebih besar dari pada pengaruh langsung sebesar 0,124 dan 0,137.

5.2 Saran

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

1. Kepercayaan Merek pada Sociolla masih berpengaruh signifikan terhadap persepsi nilai pelanggan dan loyalitas pelanggan.
2. Kualitas layanan yang ada pada Sociolla bisa ditingkatkan lagi dengan mengembangkan inovasi teknologi yang *up to date* sehingga konsumen bisa mengingat Sociolla dengan kemampuan teknologi yang selalu baru.
3. Untuk menumbuhkan rasa persepsi nilai pelanggan terhadap konsumen maka pada layanan Sociolla sebaiknya ditingkatkan lagi.