

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan tentang Loyalitas Pelanggan dikaji dari aspek Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan, maka disimpulkan sebaga berikut :

1. Terdapat pengaruh antara variabel Kepercayaan (X1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y). Hal ini dibuktikan melalui uji thitung diperoleh nilai sebesar **6,241**. Dengan demikian maka nilai thitung $>$ dari nilai ttabel dimana **6,241** $>$ **2,011** dengan nilai signifikansi lebih kecil dari **0,05 (0,000 $<$ α 0,05)** maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh signifikan antara variabel Kepercayaan (X1) terhadap variabel Loyalitas Pelanggan (Y).
2. Terdapat pengaruh antara variabel Kepuasan Pelanggan (X2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y). Hal ini dibuktikan melalui nilai thitung yang diperoleh sebesar **4,776**. Dengan demikian maka nilai thitung $>$ dari nilai ttabel dimana **4,776** $>$ **2,011** dengan nilai signifikansi lebih kecil dari **0,05 (0,000 $<$ α 0,05)** maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh signifikan antara variabel Kepuasan Pelanggan (X2) terhadap variabel Loyalitas Pelanggan (Y).
3. Terdapat pengaruh antara Kepercayaan (X1) dan variabel Kepuasan Pelanggan (X2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y). Hal ini dibuktikan melalui nilai F_{hitung} yang diperoleh sebesar **23,187**. Dengan demikian maka nilai F_{hitung} $>$ nilai F_{tabel} dimana **(23,187** $>$ **3,19)** dengan nilai signifikansi lebih kecil dari **0,05 (0,000 $<$ α**

0,05) maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh signifikan antara Kepercayaan (X1) dan variabel Kepuasan Pelanggan (X2) terhadap variabel Loyalitas Pelanggan (Y).

5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis data penelitian dan uraian di atas maka ada beberapa hal penting yang bisa penulis rekomendasikan kepada *market place* Lazada :

1. Diharapkan bagi *marketplace* lazada agar tetap mempertahankan loyalitas pelanggan dengan terus meningkatkan kepercayaan pelanggan yang ada di lazada dengan cara menjaga kualitas produk, melayani pelanggan dengan baik, selalu memenuhi kebutuhan pelanggan, dan memiliki standar kualitas produk yang tinggi dan mampu bersaing dengan produk-produk lain.
2. Dalam mempertahankan loyalitas pelanggan diharapkan bagi lazada untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan memperhatikan pelayanan yang sebaik-baik mungkin dengan cara memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta membuat produk-produk yang beragam sehingga dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dalam berbelanja.

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar , R., & Jamaluddin. (2013). Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Pengguna Kartu Pra-Bayar XL Pada Fakultas Ekonomi Universitas Malikussaleh . *Semns Fekon: Optimisme Ekonomi Indonesia, Antar Peluang Dan Tantangan*, 406-420.
- Afrida , R., Yacob, S., & Sari, N. (2020). Membangun Loyalitas Pelanggan Melalui Kualitas Produk Dan Citra Merek (Studi Pada Pelanggan Oppo Jambi). *Jurnal Dinamika Manajemen* , 1-10.
- Aini, T. N. (t.thn.). Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Komitmen Sebagai Variabel Intervening. *E-BISMA*, 88-98.
- Andreas , C., & Yuniati, T. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 1-16.
- Andriani, W., & Batu, R. L. (2022). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Menggunakan Jasa Transportasi Online Go-jek Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 172-180.
- Bahrudin , M., & Zuhro, S. (2015). Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 1-17.
- Cahyono, E. (2015). Analisis Website Quality Terhadap Satisfaction, Trust dan Loyalty Pada Pelanggan Online Shop . *Petra Business & Management Review* , 66-83.

- Fian , J. A. (2016). Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan AUTO 2009 SUNKONO SURABAYA. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 1-18.
- Hanifah, H., & Nio, S. R. (2023). Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna Shopee di Kota Padang. *Jurnal Riset Psikologi*, 1-12.
- Putra, M. (2022, November 19). *Pengertian, Aspek, dan Indikator Kepercayaan Konsumen*. Diambil kembali dari toffeeDEV: <http://toffeeDEV.com>
- Rahma , A. W., & Ekowati, S. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen Dalam Berbelanja Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Manajemen Model Insani Dan Bisnis* , 10-17.
- RAHMAH, C. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Emosional Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Honda IDK 2 MEDAN. *Jurnal Manajemen Tools*, 30-44.
- Ramadhani, D. C., & Hidayat, I. (2018). Analisis Pengaruh Kepuasan Konsumen, Kepercayaan Pelanggan, Dan Hambatan Perpindahan Terhadap Retensi Pelanggan. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 1-15.
- Ratnasari , D., Nursehah, I., Ghina, M. M., & Yusuf, A. (2021). Pengaruh E-crm Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Matahari Departement Store Karawang. *Forum Ekonomi* , 164-171.
- Riadi, M. (2013, April 2). *Pengertian, Faktor dan Pengukuran Kepuasan Konsumen*. Diambil kembali dari KAJIANPUSTAKA: <http://www.kajianpustaka.com>
- Riadi, M. (2021, Januari 8). *Kepercayaan Konsumen (Pengertian, Aspek, Jenis, Indikator dan Strategi)*. Diambil kembali dari KAJIANPUSTAKA: <http://www.kajianpustaka.com>

- Riadi, M. (2021, Januari 6). *Loyalitas Konsumen (Pengertian, Karakteristik, jenis, Tingkatan, dan Indikator)*. Diambil kembali dari Kajianpustaka: <https://www.kajianpustaka.com>
- Rizaty, M. A. (2021, 11 25). *Perkembangan Transaksi E-Commerce di Indonesia (2018-2022)*. Diambil kembali dari databoks: <https://databoks.katadata.co.id>
- Siregar, A. H. (2019). Pengaruh Trust Dan Satisfaction Terhadap Customer Loyalty Di Era E-Commerce Pada Toko Cheire Amore. *Jurnal Ilmiah Smart*, 1-10.
- Supertini, N., Telagawathi, N., & Yulianthini, N. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pusaka Kebaya Di Singaraja. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 61-73.
- Yohana, G. P., & Andjarwati, H. L. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1-9.

<http://www.lazada.com>