

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan data analisis dan hasil pembahasan di bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa:

1. Analisis deskriptif memberikan gambaran untuk kategori gambaran responden. Melalui penelitian ini diperoleh hasil kategori gambaran responden dari semua variabel yang telah diuji secara baik dan benar sebagai berikut:
 - a. Persepsi konsumen terhadap variabel *word of mouth* adalah baik. Hasil penelitian ini menolak hipotesis yang dibuat sebelumnya yaitu persepsi konsumen terhadap variabel *word of mouth* cukup baik.
 - b. Persepsi konsumen terhadap variabel kepuasan adalah baik. Hasil penelitian ini menolak hipotesis yang dibuat sebelumnya yaitu persepsi konsumen terhadap variabel kepuasan cukup baik.
 - c. Persepsi konsumen terhadap variabel kepercayaan pelanggan adalah baik. Hasil penelitian ini menolak hipotesis yang dibuat sebelumnya yaitu persepsi konsumen terhadap variabel kepercayaan pelanggan cukup baik.
 - d. Persepsi konsumen terhadap variabel loyalitas pelanggan pada *e-commerce* Lazada adalah baik. Hasil penelitian ini menolak hipotesis yang dibuat sebelumnya yaitu persepsi konsumen terhadap variabel loyalitas pelanggan cukup baik.

2. Variabel *word of mouth* (X_1), kepuasan (X_2), dan kepercayaan pelanggan (X_3) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) *e-commerce* Lazada. Hasil dari penelitian ini yaitu hipotesis diterima.
3. Variabel *word of mouth* (X_1), kepuasan (X_2), dan kepercayaan pelanggan (X_3) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) *e-commerce* Lazada. Hasil dari penelitian ini yaitu hipotesis diterima.

B. Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan di atas, dapat disarankan kepada *e-commerce* Lazada sebagai berikut.

1. Lazada perlu meningkatkan loyalitas, dengan cara memberikan kepuasan kepada pelanggan sehingga mereka merasa percaya. Apabila pelanggan merasa puas dan percaya, maka mereka akan selalu menyukai dan mau menggunakan Lazada Kembali.
2. Lazada perlu meningkatkan *word of mouth*, dengan cara membuat program referral. Setiap pelanggan yang merekomendasikan kepada orang lain melalui ulasan, maka akan mendapatkan potongan harga atau voucher.
3. Bagi peneliti lainnya, yang ingin mengadakan penelitian serupa, agar dapat mengembangkan hasil penelitian ini dengan mengangkat penelitian *e-commerce* lainnya, dengan jumlah variabel yang lebih banyak, sehingga dapat mengetahui alasan lebih mendalam atas pilihan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Aaker, David A. 1997. *Managing Brand Equity*. The free Press. New York, USA.
Aris Ananda (Alih Bahasa). *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Mitra Utama.
<https://lib.ui.ac.id/detail?id=20161868&lokasi=lokal>
- Herlambang, Sustyo. 2014. *Basic Marketing (Dasar-Dasar Pemasaran) Cara Mudah Memahami Ilmu Pemasaran*. Yogyakarta : Gosyeng Publishing.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2008. *Principles of Marketing : A Global Perspective*. Pearson Education. New Jersey. Bob Sabaran (Alih Bahasa) *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1: Erlangga, Jakarta.
https://www.researchgate.net/publication/266023905_Principles_of_marketing_A_Global_Perspective
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2009. *Marketing Management*. Pearson Prentice. New Jersey : Bob Sabaran (Alih Bahasa). *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13: Jakarta: Erlangga.
https://books.google.co.id/books/about/Marketing_Management.html?id=QiTOHgAACAAJ&redir_esc=y
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2013. *Principles of Marketing*. Pearson Education. New Jersey. Bob Sabaran (Alih Bahasa) *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi ke-12 : Erlangga.
- Levis, Leta Rafael. 2013. *Metode Penelitian Perilaku Petani*. Ledalero. Cetakan-1. Percetakan Moya Zam Zam : Yogyakarta

Jurnal dan Skripsi

- Amaranggana, A dan Rahanatha, Gede Bayuperan. 2018. *Kepuasan Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan*. UNUD
- Bahrudin dan Zuhro. 2015. *Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan*. Dosen STIE PGRI Dewantara Jombang.
- Damayanti, L. D dan Suwena, R. K dan Haris, A.I. 2019. *Analisi Kepuasan Masyarakat Terhadap Pelayanan Publik Berdasarkan Indeks Kepuasan Masyarakat (Ikm) Kantor Kecamatan Sawan Kabupaten Buleleng*. Universitas Pendidikan Ganesha Singaraja
- Dharma. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Padang Tour Wisata Pulau*

Padang. Universitas Putra Indonesia YPTK Padang.

Hartono, Angeline. 2013. *Analisa Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan Di Restoran The Naked Crab Surabaya*. Universitas Kristen Petra.

Huda dan Nugrho. 2020. *Pengaruh Word Of Mouth Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Smartphone Oppo Dimediasi Kepercayaan Merek*. Universitas Pelita Bangsa

Kiki, Josyiana. 2018. *Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee Di Pekanbaru (Survey Pada Mahasiswa Semester Vii Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau)*. Akademi Sekretari dan Manajemen Persada Bunda

Kurniawan. 2020. *Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Kelanggan Dan Loyalitas Pelanggan*

Maharani, Astri Dhiah. 2010. *Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Mega Semarang*. Skripsi Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro
Skripsi : Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang

Nainggolan, N, P. 2018. *Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan, Dan Kemudahan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pt Great SeasonTours And Travel*. Universitas Putra Batan.

Oliviana Melias, Mananeke Lisbeth, Mintarjo Christoffel. 2017. *Pengaruh Brand Image dan WOM (Word Of Mouth) Terhadap Loyalitas Konsumen pada RM.Dahhsyat Wanea*. Ptogram Studi Manajemen STIE STEMBI

Praptiningsih, N, A. 2019. *Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Minat Belajar Studi Ke Jerman Melalui Euro Management*. Universitas Muhamdyia Jakarta.

Ramdhan, R dan Alfansi, L dan Anggarawati, A. 2021. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Indosat Ooredoo Pada Mahasiswa Universitas Bengkulu*.

Rivai dan Wahyudi. 2017. *Pengaruh Persepsi Kualitas, Citra Merek, Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepercayaan Dan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi*. Magister Manajemen Unversitas Indonesia.

Rofiah, Chusnul dan Wahyuni, Dwi. 2017. *Kualitas Pelayanan Dan Pengaruhnya*

Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Di Mediasi Oleh Kepuasan Di Bank Muamalat Jombang. STIE PGRI Dewantara Jombang.

Saputro, Arif Agung. 2016. *Pengaruh Celebrty Endorsment, Testimoni, dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Online Shope Blibli.Com.* Universitas Islam Indonesia

Sari dan Stiven. 2022. *Pengaruh Perceived Ease Of Use, Bran Image, Word Of Mout, Nilai Pelanggan Terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Jasa Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas (Survey Pada Pelanggan Transportasi Online Maxim Di Kota Pontianak).*

Sisca Ariani et al., (2019). *Pengaruh kualitas layanan, harga, kepercayaan, dan citra perusahaan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan di pt. Pos indonesia banjarmasin.*

Hurriyati, R dan Tamyiz, M, H dan Dirgantari, P, D. 2019. *Pembentukan Loyalitas Pelanggan, Intensi Hubungan Dan Kualitas Hubungan (Studi Kasus Di Industri Ritel Pakaian Kota Bandung)*

Simanjuntak, P, T dan Kennedy, P, S, J. 2016. *Analisis Loyalitas Pelanggan (Studi Empiris Terhadap Produk Im3 Indosat Pada Mahasiswa Feuki.* Universitas Kristen Indonesia.

Sitompul, C dan Hariyanto, J. 2020. *Pengaruh Word Of Mouth, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi (Studi Kasus Pada Warga Bekasi Barat).* Sekolah Tinggi Ekonomi Indonesia.

Soekono, Astin Naomi dan Nyoko, Antonio, E, L. 2020. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Smartphone Xiaomi (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna Smartphone Xiaomi).* Universitas Nusa Cendana Kupang.

Supertini, Telagawathi, Yulianthini (2020). *Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pusaka Kebaya di Singaraja.* Jurnal Manajemen dan Bisnis, Vol 2. No.1. P-ISSN: 2685-5526. Universitas Pendidikan Gansha.

Website:

https://www.lazada.co.id/?gclid=Cj0KCQjw94WZBhDtARIsAKxWG_sUI9lz3_VSFtcRF_RrCLggM9XFziHfS8YLn8hDHYPcqpRstEd0msaAvJNEALw_wcB#hp-just-for-you

<https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>