

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil yang didapatkan peneliti dalam penelitian ini tentang pengaruh kepercayaan merek, kualitas website dan promosi penjualan terhadap loyalitas pelanggan Tokopedia, maka dapat ditarik kesimpulan.

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Kepercayaan Merek tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Tokopedia, berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan peneliti menyimpulkan bahwa pada penelitian ini akibat dari pencurian data pelanggan menyebabkan pelanggan Tokopedia kehilangan kepercayaannya terhadap Tokopedia sehingga didapat hasil penelitian yaitu kepercayaan merek tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Namun jika melihat dari sisi perilaku pelanggan, peneliti menyimpulkan bahwa saat ini keputusan pelanggan untuk loyal terhadap sebuah merek tidak sepenuhnya didasari oleh kepercayaan merek.
2. Kualitas website berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Tokopedia. Sebuah *e-commerce* dituntut untuk memiliki kualitas yang baik guna mempermudah pelanggan dalam mengakses website tersebut. Pada penelitian ini kualitas website berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Peneliti menyimpulkan bahwa di tahun 2020 kualitas *website* dari sebuah *e-commerce* merupakan variabel penting yang memiliki pengaruh terhadap oleh sebab itu *e-commerce* dituntut untuk terus menerus meningkatkan kualitas *website* guna meningkatkan dan menjaga loyalitas pelanggannya.
3. Promosi penjualan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Tokopedia. Melihat dari hasil dan pembahasan pada penelitian ini, peneliti menyimpulkan bahwa didapati di tahun 2020 masing-masing *e-commerce* bersaing melalui promosi penjualan guna menjaga dan meningkatkan loyalitas pelanggannya. Hal tersebut membuktikan keputusan pelanggan untuk menjadi loyal atau tidak, didominasi oleh promosi penjualan. Pelanggan cenderung tertarik untuk berbelanja secara terus menerus pada sebuah *e-commerce* dikarenakan promosi penjualan yang dilakukan oleh sebuah *e-commerce*.

4. Kepercayaan merek, kualitas website dan promosi penjualan berpengaruh secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Tokopedia. Peneliti menyimpulkan bahwa ketiga variabel tersebut sangat penting untuk sebuah *e-commerce* namun, pada variabel promosi penjualan perlu dimaksimalkan untuk menjaga dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

## 5.2 Saran

### 1. Tokopedia

- a. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel promosi penjualan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, oleh karena itu disarankan agar Tokopedia dapat tetap mempertahankan dan meningkatkan promosi penjualan agar dapat meningkatkan loyalitas pelanggan Tokopedia. Diharapkan Tokopedia selalu memberikan promosi penjualan yang menarik agar loyalitas pelanggan Tokopedia terjaga dan meningkat.
- b. Berdasarkan hasil pada penelitian ini diketahui bahwa variabel kualitas website berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan oleh karena itu disarankan kepada Tokopedia agar selalu memperhatikan kualitas websitenya, guna menjaga dan meningkatkan loyalitas pelanggannya.

### 2. Peneliti selanjutnya

Adapun beberapa saran yang perlu disampaikan kepada peneliti selanjutnya yang tertarik dengan penelitian tentang kepercayaan merek, kualitas website promosi penjualan, dan loyalitas pelanggan adalah

- a. Diharapkan penelitian selanjutnya untuk mengkaji loyalitas pelanggan melalui variabel yang lain, yang tentunya dapat mempengaruhi variabel dependen loyalitas pelanggan agar lebih melengkapi penelitian ini karena masih ada variabel-variabel independen lain diluar penelitian ini yang memungkinkan bisa mempengaruhi loyalitas pelanggan.