

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis pada bab yang telah dibahas sebelumnya, pengumpulan data dari kuesioner yang disebar kepada 64 Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten angkatan 2020, pengolahan data dengan menggunakan aplikasi SPSS 25.0 dan analisis data, maka kesimpulan yang diperoleh dari penelitian pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan, dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan *marketplace* Tokopedia adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil perhitungan statistik uji parsial (uji t), maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan dan bernilai positif terhadap loyalitas pelanggan pada *marketplace* Tokopedia. Hal tersebut ditunjukkan dari hasil uji analisis regresi linier berganda di peroleh dari hasil uji t dapat diketahui nilai probabilitas sig. yaitu $0.641 > 0.05$, artinya nilai t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} dan nilai sig > 0.05 .
2. Berdasarkan hasil perhitungan statistik uji parsial (uji t), maka dapat disimpulkan bahwa kepercayaan konsumen tidak berpengaruh secara signifikan dan bernilai positif terhadap loyalitas pelanggan pada *marketplace* Tokopedia. Hal tersebut ditunjukkan dari hasil uji analisis regresi linier

berganda di peroleh dari hasil uji t dapat diketahui nilai probabilitas sig. yaitu $0.054 > 0.05$, artinya nilai t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} dan nilai sig > 0.05 .

3. Berdasarkan hasil perhitungan statistik uji parsial (uji t), maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh secara signifikan dan bernilai positif terhadap loyalitas pelanggan pada marketplace Tokopedia. Hal tersebut ditunjukkan dari hasil uji analisis regresi linier berganda di peroleh dari hasil uji t dapat diketahui nilai probabilitas sig. yaitu $0.042 > 0.05$, artinya nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} dan nilai sig > 0.05 .

B. Saran

1. Bagi peneliti selanjutnya :
 - a. Sebagai upaya pengembangan diri dan menambah pengetahuan diharapkan selanjutnya dapat melakukan penelitian yang lebih komprehensif dan dapat meminimalisir kesalahan-kesalahan yang terjadi saat penelitian.
 - b. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini dapat dijadikan bukti studi kasus dan acuan atau referensi mengenai pembahasan yang berkaitan dengan topik dalam proses perkuliahan.
 - c. Bagi peneliti selanjutnya, alangkah baiknya apabila memperluas variabel yang diamati. Misalnya dengan menambahkan variabel lain yang berkaitan untuk diteliti, dengan harapan hasil penelitian selanjutnya dapat lebih baik. Populasi dan sampel penelitian lebih diperluas, tidak hanya kalangan mahasiswa namun juga kalangan karyawan, ibu rumah tangga, dan sebagainya, agar hasil penelitian selanjutnya dapat lebih baik.
 - d. Penelitian ini hanya mengambil 64 responden dari Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten angkatan

2020, diharapkan untuk penelitian selanjutnya sebaiknya dapat mengambil hendaknya melibatkan responden yang lebih besar lagi jumlah dan lebih beragam lagi, tidak hanya terbatas pada objek penelitian saja sehingga didapatkan hasil yang lebih baik dan mengingat penelitian ini terbatas pada objek penelitian yang kecil saja dengan responden yang bertipe demografi sejenis.

2. Bagi Perusahaan:

- a. Adanya hasil penelitian ini yang menyatakan bahwa pada variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan marketplace Tokopedia, ini disebabkan kelambatan di setiap merespon pelanggan pada fitur pengaduan (*Help Centre*). Maka sebaiknya, pihak marketplace dapat meningkatkan kualitas pelayanannya dengan memberikan teknis pelayanan yang diharapkan pelanggan Tokopedia untuk memberikan tanggapan dengan cepat dan solusi yang mampu sesuai dengan permasalahan yang diadukan oleh pelanggan. Dengan begitu, dapat memperkuat persepsi Pelanggan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh marketplace Tokopedia merupakan teknis pelayanannya memiliki kualitas yang baik.
- b. Pada variabel kepercayaan konsumen dalam hasil penelitian ini menyatakan bahwa tidak berpengaruh pada loyalitas pelanggan marketplace Tokopedia, apabila marketplace Tokopedia terus memberikan respon dengan cepat pada setiap transaksi pengembalian produk yang terdapat kecacatan maupun kesalahan kelalaian dari penjual, pihak tokopedia dengan cepat memeriksa pengajuan tersebut dengan ketentuan yang berlaku. Maka, pembelian yang dilakukan oleh konsumen akan semakin meningkatkan kepercayaan konsumen.

- c. Pada variabel kepuasan konsumen dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh berpengaruh secara signifikan dan bernilai positif terhadap loyalitas pelanggan marketplace Tokopedia. Diharapkan perusahaan marketplace Tokopedia dapat mempertahankan dan terus meningkatkan kinerja pada kepuasan konsumen, sehingga dapat mempertahankan dan mampu untuk melakukan transaksi yang tersedia di marketplace Tokopedia untuk mendapatkan banyak sikap setia atau meningkatkan loyalitas pelanggan.