

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian serta pembahasan yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai Kemudahan, Pengalaman, Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Toko Bunga Diantri Flowershop di Pacet, Mojokerto, maka diperoleh simpulan sebagai berikut :

1. Variabel Kemudahan (X1) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Ditunjukkan dengan nilai thitung variabel Kemudahan (X1) sebesar (2,793) > ttabel = 1,984 dengan nilai signifikansi = 0,006 < 0,05. Faktor kemudahan ini terkait dengan bagaimana operasional bertransaksi secara online. Dengan demikian dari hasil penelitian sejalan dengan hipotesis yang menyatakan bahwa Variabel Kemudahan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan.
2. Variabel Pengalaman (X2) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Ditunjukkan dengan nilai thitung variabel Pengalaman (X2) sebesar 5,631 > ttabel = 1,984 dengan nilai signifikansi = 0,000 < 0,05. Semakin banyak pelanggan yang memiliki pengalaman positif dalam membeli produk, maka akan semakin tinggi niat pelanggan dalam melakukan suatu pembelian produk lebih dari satu kali . Dengan demikian dari hasil penelitian sejalan dengan hipotesis yang menyatakan bahwa Variabel Pengalaman berpengaruh secara signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan.
3. Variabel Kepercayaan (X3) tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Ditunjukkan dengan nilai thitung variabel Kepercayaan (X3)

sebesar $-0,496 < t_{tabel} = 1,984$ dan nilai signifikansi $= 0,621 > 0,05$. Tidak dapat dipungkiri bahwa masih ada banyak faktor lain yang ikut menjadi pendorong konsumen dalam melakukan pembelian produk lebih dari satu kali, misalnya tergiur dengan kemudahan-kemudahan yang ditawarkan dalam proses pembelian produk, Atau bisa juga dikarenakan karena lebih percaya berbelanja secara langsung dengan datang ke toko daripada harus berbelanja secara online. Dengan demikian dari hasil penelitian bertolak belakang dengan hipotesis yang menyatakan bahwa Variabel Kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan.

B. Saran

Berdasarkan penelitian dan kesimpulan yang diperoleh, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut :

1. Bagi Pihak Owner

Pihak toko diharapkan untuk melakukan strategi dalam meningkatkan kepercayaan konsumen melalui komunikasi, komunikasi yang dilakukan tidak perlu bertatap muka karena mengingat transaksi yang dilakukan secara online, melainkan pihak owner menyediakan kolom komentar di situs *online shop* bagi konsumen berupa kritik dan saran, sehingga pihak owner mengetahui apa yang menjadi kebutuhan konsumen.

2. Bagi pihak akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi hasil referensi yang dapat membantu bagi pihak-pihak yang membutuhkan

3. Bagi peneliti selanjutnya

Meskipun penelitian telah dilakukan dengan sebaik-baiknya namun keterbatasan penelitian tidak dapat dihindari. Untuk penelitian serupa selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel lain yang masih berkaitan dengan loyalitas pelanggan, memperbanyak jumlah sampel, serta menggunakan objek penelitian yang beragam.