

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dari penelitian yang berjudul “Pengaruh *Electronic Customer Relationship Management*, Pengalaman Pelanggan, dan Kualitas Layanan Islami Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Mediasi Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Aplikasi Grab” dapat diambil kesimpulan yaitu *electronic customer relationship management* mempunyai pengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan yang dilakukan oleh pengguna aplikasi Grab. pengalaman pelanggan mempunyai pengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan yang dilakukan oleh pengguna aplikasi Grab. Adanya pengaruh positif dan signifikan antara kualitas layanan islami yang diberikan Grab terhadap loyalitas pelanggan yang dilakukan oleh pengguna aplikasi Grab. Adanya pengaruh positif dan signifikan antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan yang dilakukan oleh pengguna aplikasi Grab. Variabel kepuasan pelanggan tidak mampu memediasi pengaruh *electronic customer relationship management* terhadap loyalitas pelanggan yang dilakukan oleh pengguna aplikasi Grab. Variabel kepuasan pelanggan mampu memediasi pengaruh pengalaman pelanggan terhadap loyalitas pelanggan yang dilakukan oleh pengguna aplikasi Grab. Variabel kepuasan pelanggan mampu memediasi pengaruh kualitas layanan islami terhadap loyalitas pelanggan yang dilakukan oleh pengguna aplikasi Grab.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian di atas, terdapat beberapa saran sebagai berikut:

1) Bagi Perusahaan Grab

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan diharapkan untuk Grab agar dapat meningkatkan sistem E-CRM yang lebih baik agar dapat meningkatkan kepuasan pembelian yang dilakukan oleh konsumen. Dengan terus memberikan kualitas yang baik serta pelayanan yang baik diharapkan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan pada pengguna aplikasi Grab. Pihak Grab juga harus terus memperbaiki dan meningkatkan pelayanannya sehingga timbul kepuasan konsumen dalam pengguna aplikasi Grab untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.

- 2) Bagi Peneliti Selanjutnya
 - a. pada penelitian ini perlu mengkaji dan memahami secara mendalam arah hubungan masing-masing variabel dalam penelitian ini untuk memperoleh hasil yang lebih kuat, komprehensif, dan lebih beragam. Dengan cara ini, peneliti selanjutnya dapat meminimalkan tingkat kesalahan dan persamaan pada penelitian selanjutnya.
 - b. Mengembangkan dan menguji coba penelitian mengenai hal ini dan berbagai variabel independen lainnya yang dapat mendorong atau meningkatkan loyalitas pelanggan. Peneliti lainnya juga dapat mengganti variabel mediasi dalam penelitian ini dengan variabel mediasi lain yang dapat memediasi pengaruh variabel *Electronic Customer Relationship Management*, Pengalaman Pelanggan, dan Kualitas Layanan Islami Terhadap Loyalitas Pelanggan.

