

## BAB V PENUTUP

### A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dan hasil dari pengujian hipotesis dengan menggunakan SPSS 26 maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian statistik pada variabel *Islamic marketing* (X1) terhadap loyalitas pelanggan (Y) menunjukkan bahwa  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel *Islamic marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Shopee di Kota Kudus.
2. Hasil pengujian statistik pada variabel *e-service quality* (X2) terhadap loyalitas pelanggan (Y) menunjukkan bahwa  $H_2$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel *e-service quality* terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Shopee di Kota Kudus.
3. Hasil pengujian statistik pada variabel *customer experience* (X3) terhadap loyalitas pelanggan (Y) menunjukkan bahwa  $H_3$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel *customer experience* terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Shopee di Kota Kudus.

### B. Saran

Berdasarkan penelitian di atas, penulis ingin menyampaikan beberapa saran untuk penelitian selanjutnya antara lain:

1. Untuk Shopee
  - a. Perusahaan maupun pelaku bisnis hendaknya meningkatkan *Islamic marketing* dalam pemasarannya sehingga dapat dipercaya oleh pelanggan.
  - b. Perusahaan hendaknya meningkatkan dan mempertahankan *e-service quality* yang baik agar pelanggan loyal dalam menggunakan Shopee.
  - c. Perusahaan hendaknya memberikan *customer experience* atau kesan yang baik kepada pelanggan.
2. Untuk penelitian selanjutnya yang akan melakukan penelitian yang sejenis akan lebih baik jika menambahkan variabel lain yang belum ada di penelitian ini. Mengingat masih banyak variabel lain yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan. Seperti variabel harga, kualitas produk, voucher gratis ongkir, kepercayaan konsumen, dan lain-lain.