

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan mengenai “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Produk Fashion Di Marketplace Tokopedia Pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah IAIN Kudus” dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas konsumen. Hal tersebut ditunjukkan pada nilai output SPSS yaitu variabel kepercayaan terhadap nilai t hitung sebesar 5,242 lebih besar dari nilai t tabel 1,662. Selain itu juga memiliki nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Ini artinya H_01 ditolak, dan H_{a1} diterima. Sehingga variabel kepercayaan secara parsial memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas konsumen.
2. Promosi berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas konsumen. Hal tersebut ditunjukkan pada nilai output SPSS yaitu variabel promosi terhadap nilai t hitung sebesar 2,986 lebih besar dari nilai t tabel 1,662. Selain itu juga memiliki nilai signifikan sebesar 0,004 lebih kecil dari 0,05. Ini artinya H_02 ditolak, dan H_{a2} diterima. Sehingga variabel promosi secara parsial memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas konsumen.
3. Kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas konsumen. Hal tersebut ditunjukkan pada nilai output SPSS yaitu variabel kualitas pelayanan terhadap nilai t hitung sebesar 3,635 lebih besar dari nilai t tabel 1,662. Selain itu juga memiliki nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Ini artinya H_03 ditolak, dan H_{a3} diterima. Sehingga variabel kualitas pelayanan secara parsial memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas konsumen.
4. Kepercayaan, promosi, dan kualitas pelayanan memiliki nilai F hitung sebesar 41,894 lebih besar dari nilai F tabel 3,10. Selain itu juga memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 sehingga diambil kesimpulan bahwa semua variabel bebas secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

B. Saran-Saran

Sebagai bentuk pengembangan ilmu pengetahuan, berikut merupakan saran kepada para pihak yang terkait dengan tujuan menambah wawasan ilmu pengetahuan, sebagai berikut:

1. Bagi para penjual produk *fashion* di Tokopedia yang jarang menjelaskan informasi produk di kolom deskripsi sehingga konsumen kecewa setelah membelinya. Disarankan untuk penjual produk *fashion* di Tokopedia menginformasikan, mendeskripsikan dan memvisualkan produknya melalui media sosial seperti instagram, facebook, twitter dan sebagainya karena konsumen sering memakai media sosial sebagai referensi tren *fashion*. Promosi dengan menggunakan media sosial dapat membuat konsumen merasa puas melihat produk apalagi jika disiarkan secara langsung, apabila konsumen terpuaskan akan memunculkan pembelian yang kemudian akan menjadi loyal.
2. Banyak keluhan – keluhan dari konsumen mengenai barang yang dikirim tidak sesuai dengan yang diingkan jadi tingkat kepercayaan konsumen menurun. Sehingga, disarankan bagi penjual produk *fashion* di Tokopedia untuk lebih teliti saat mengemas dan mengirim barang konsumen. Penjual produk *fashion* juga harus menjaga dan mempertahankan hubungan baik dengan konsumen seperti membantu atau memberi perhatian. Jika penjual produk *fashion* dapat meningkatkan rasa kepercayaan konsumen maka konsumen akan merasa puas dan akan memunculkan pembelian ulang.
3. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah variabel lain yang berpengaruh terhadap loyalitas konsumen seperti variabel persepsi harga, keamanan, *celebrity endoser*, *citrak merek*, dan yang lainnya