# BAB V

# KESIMPULAN DAN SARAN

## Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan hasil perhitungan mengenai Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Konsumen Pengguna Aplikasi Shopee, maka dapat ditarik suatu kesimpulan untuk menjawab batasan masalah penelitian pada BAB I sebagai berikut:

1. Citra merek berpengaruh positif tidak signifikan terhadap loyallitas konsumen penguna aplikasi Shopee.
2. Kepercayaan merek berpengaruh positif signifikan terhadap loyallitas konsumen penguna aplikasi Shopee.
3. Citra merek dan kepercayaan merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen pengguna aplikasi Shopee. Citra merek, kepercayaan merek dan loyalitas konsumen pada aplikasi belanja online Shopee secara keseluruhan sudah baik.

## Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka peneliti ingin memberikan beberapa saran antara lain:

### Bagi Perusahaan

1. Shopee harus selalu mempertahankan dan meningkatkan citra merek yang ada. Untuk meningkatkan citra merek ini terutama pada pernyataan “Shopee memberikan garansi harga termurah” karena memiliki skor rata-rata terendah sebesar 3,82 dibandingkan dengan pernyataan lainnya dalam variabel citra merek. Pada umumnya pengguna menyukai situs jual beli *online* yang aman, terpercaya dan mudah digunakan. Oleh karena itu, Shopee secara konsisten menghadirkan berbagai promosi yang menarik, serta inovasiyang dapat meningkatkan citra merek sehingga citra merek Shopee menjadi lebih baik.
2. Shopee harus selalu mempertahankan dan meningkatkan kepercayaan merek yang ada. Untuk meningkatkan kepercayaan merek ini terutama pada pernyataan “Shopee berusaha memuaskan konsumen dalam mengatasi masalah” karena memiliki skor rata-rata terendah sebesar 3,93 dibandingkan dengan pernyataan lainnya dalam variabel kepercayaan merek. Shopee menjaga komunikasi yang lancar serta memastikan jalur komunikasi dua arah dengan pengguna sehingga dapat menyelesaikan permasalahan yang muncul secara cepat.
3. Shopee harus selalu mempertahankan dan meningkatkan loyalitas konsumen yang ada. Untuk meningkatkan loyalitas konsumen terutama pada pernyataan “Tidak melakukan peralihan *e-commerce* lain selain aplikasi Shopee” karena memiliki skor rata-rata terendah sebesar 3,71 dibandingkan dengan pernyataan lainnya dalam variabel loyalitas konsumen. Shopee dapat melakukan inovasi untuk membuat layanannya menjadi pilihan utama dalam berbelanja *online* dan secara konsisten menghadirkan berbagai promosi yang menarik yang dapat meningkatkan loyalitas konsumen sehingga menjadi lebih puas dan loyal dengan berbelanja di Shopee.

### Bagi peneliti selanjutnya

1. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian dengan memasukkan variabel lain dan memperluas populasi penelitian yang memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap loyalitas konsumen.
2. Peneliti selanjutnya diharapkan bisa mencari indikator lain sebagai alat pengukur dari variabel yang akan diteliti.
3. Peneliti selanjutnya diharapkan untuk mengkaji lebih banyak sumber maupun referensi yang terkait.
4. Peneliti selanjutnya diharapkan lebih mempersiapkan diri dalam proses pengambilan dan pengumpulan dan segala sesuatunya sehingga penelitian dapat dilaksanakan dengan lebih baik.