



## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka kesimpulan yang diambil mengenai pengaruh Citra Merek dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan Aplikasi Belanja *online* Shopee sebagai berikut:

1. Citra merek terbukti tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Aplikasi Belanja *online* Shopee.
2. Terbukti bahwa Promosi berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Aplikasi Belanja *online* Shopee.

### B. Saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan yang telah diuraikan, dapat dikemukakan saran sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan
  - a) Shopee sudah memiliki Citra Merek yang cukup baik di mata pelanggannya dan sebaiknya terus ditingkatkan agar dapat menjadi bagian Kepuasan Pelanggannya.
  - b) Shopee dapat terus mempertahankan kegiatan promosinya yang telah berhasil, namun perlu meningkatkan kegiatan sosialisasi yang lebih efektif bagi setiap *event* yang akan dilaksanakannya agar informasi *event* dapat diketahui lebih luas oleh pelanggannya .
  - c) Shopee harus mempertahankan pelanggan yang sudah puas. Apabila pelanggan puas, tentu pelanggan Shopee akan menjadi loyal. Dalam hal ini Shopee juga

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

dapat mempertimbangkan untuk meningkatkan jumlah kuota promonya agar lebih banyak pelanggan yang turut menikmati manfaatnya.

**C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**2. Bagi Peneliti Selanjutnya**

1. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambahkan rentang waktu yang lebih Panjang agar memperoleh hasil yang lebih akurat
2. Peneliti selanjutnya diharapkan menambahkan variabel independent lainnya yang secara teoritis diduga mampu menjelaskan kepuasan pelanggan misalkan kualitas pelayanan dan kualitas produk

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.