

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Simpulan**

1. Variabel CRM (X1) secara parsial mempengaruhi dengan positif serta loyalitas pelanggan (Y) pada *online* shope Joshstore Batam. Artinya,  $H_0$  ditolak serta  $H_a$  diterima.
2. Variabel kepuasan konsumen (X2) secara parsial mempengaruhi dengan positif serta loyalitas pelanggan (Y) pada *online* shope Joshstore Batam. Artinya,  $H_0$  ditolak serta  $H_a$  diterima.
3. Variabel CRM (X1) serta kepuasan konsumen (X2) menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif serta signifikan secara serentak pada terhadap loyalitas pelanggan (Y) pada *online* shope Joshstore Batam. Artinya,  $H_0$  ditolak serta  $H_a$  diterima.

#### **5.2. Saran**

1. Berdasarkan variabel CRM diharapkan Joshstore Batam menyediakan website khusus dalam mempermudah konsumen dalam melakukan *feedback*.
2. Berdasarkan kepuasan konsumen diharapkan Joshstore Batam memberikan informasi yang jelas terkait rincian produk yang ditawarkan kepada konsumen agar tidak terjadi kesalahpahaman terkait produk yang disediakan.

3. Untuk penelitian berikutnya diinginkan bisa dijadikan bahan acuan serta bahan pertimbangan dalam memperdalam riset berikutnya selanjutnya yang menggunakan CRM, kepuasan konsumen dan loyalitas pelanggan.