

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Temuan yang telah dijelaskan sebelumnya membuka jalan bagi berbagai simpulan, yang dirinci di bawah ini

1. Citra merek (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) pada Lazada di Kota Batam sebesar 21,2%.
2. Kepercayaan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) pada Lazada di Kota Batam sebesar 39,3%.
3. Kualitas produk (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) pada Lazada di Kota Batam sebesar 19,3%.
4. Citra merek (X1), kepercayaan (X2) dan kualitas produk (X3) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) pada Lazada di Kota Batam sebesar 71,5%.

5.2 Saran

Mengacu pada hasil yang telah diuraikan sebelumnya, ada beberapa saran yang lebih spesifik seperti dijelaskan di bawah ini:

1. Lazada harus meningkatkan citra merek agar bisa meningkatkan kesetiaan pelanggan. Hal ini berarti Lazada perlu memperbaiki cara mereka dilihat oleh masyarakat agar pelanggan merasa lebih terikat pada merek Lazada. Hal ini bisa dilakukan dengan meningkatkan menjamin keandalan suatu produk serta meningkatkan interaksi positif dengan pelanggan. Dengan cara ini, Lazada dapat membangun hubungan yang lebih kuat dengan pelanggan mereka, yang

pada gilirannya akan meningkatkan loyalitas dan mendukung pertumbuhan jangka panjang.

2. Lazada perlu meningkatkan kepercayaan untuk memperkuat hubungan jangka panjang dengan pelanggan mereka. Hal ini dapat dicapai dengan melalui meningkatkan transparansi pada kebijakan pengembalian produk, memastikan keamanan pembayaran *online*, dan meningkatkan kualitas layanan pelanggan. Dengan demikian, Lazada dapat membangun reputasi yang solid dan dapat mendapatkan kepercayaan yang lebih besar dari para pelanggan, yang pada gilirannya akan mendorong loyalitas yang lebih tinggi dan pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.
3. Lazada perlu meningkatkan mutu produk yang ditawarkannya agar dapat memperoleh loyalitas yang lebih baik dari pelanggan. Hal ini berarti Lazada harus fokus pada peningkatan kualitas barang-barang yang dijualnya agar para pelanggan merasa lebih puas dengan produk yang dibeli. Dengan melakukan ini, Lazada dapat memastikan bahwasanya pengalaman berbelanja pelanggan tidak hanya dapat memenuhi harapan tetapi juga melebihi harapan pelanggan, membangun suatu hubungan yang lebih kuat dan berkelanjutan dengan para pelanggan setia.

Penelitian selanjutnya perlu memperluas cakupan variabel bebas yang dapat digunakan dalam analisisnya. Hal ini bertujuan untuk menambah kompleksitas dan mendalami faktor-faktor yang mempengaruhi hasil penelitian. Selain itu, peningkatan jumlah sampel juga diperlukan guna memperluas generalisasi temuan, memastikan representasi yang lebih baik dari populasi yang diteliti, dan

meningkatkan validitas hasil penelitian. Dengan melakukan langkah-langkah ini, diharapkan hasil penelitian dapat lebih beragam dan memberikan kontribusi signifikan terhadap pemahaman dalam bidang yang dikaji