

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Sesuai dengan kajian terhadap data dan penjelasan yang telah disampaikan, maka beberapa kesimpulan berikut dapat ditetapkan:

1. Kemudahan penggunaan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,329 dan signifikansi 0,023 ($< 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa semakin mudah aplikasi digunakan, semakin tinggi tingkat loyalitas pelanggan.
2. Persepsi konsumen (X2) memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, namun tidak signifikan secara statistik, ditunjukkan oleh koefisien regresi sebesar 0,129 dengan nilai signifikansi 0,490 ($> 0,05$). Ini menunjukkan bahwa persepsi konsumen belum menjadi faktor dominan dalam membentuk loyalitas pelanggan pada penelitian ini.
3. Kepercayaan (X3) berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, tetapi pengaruhnya tidak signifikan, dengan koefisien regresi 0,226 dan signifikansi 0,120 ($> 0,05$). Hal ini mengindikasikan bahwa kepercayaan belum berperan secara signifikan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan pada konteks penelitian ini.
4. Ketiga variabel independen secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dibuktikan dengan nilai F hitung sebesar 6,510 dan signifikansi $< 0,001$. Model regresi ini mampu menjelaskan variasi loyalitas pelanggan secara signifikan.

5.2 Saran

1. Saran untuk Peneliti Selanjutnya

- a. Studi berikutnya dianjurkan untuk melibatkan populasi yang lebih beragam serta mencakup wilayah geografis yang lebih luas agar hasil penelitian menjadi lebih akurat dan aplikatif..
- b. Disarankan untuk menambahkan variabel lain yang potensial memengaruhi loyalitas pelanggan, seperti kualitas layanan, pengalaman pengguna, atau faktor emosional, guna mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif.
- c. Untuk analisis yang lebih akurat dan kompleks, teknik seperti SEM dapat dijadikan pilihan dalam studi mendatang agar hubungan antar variabel dapat dipahami secara menyeluruh.

2. Saran untuk Praktisi atau Pengelola Aplikasi

- a. Fokus peningkatan kemudahan penggunaan aplikasi sangat penting, mengingat variabel ini terbukti signifikan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. Upaya seperti desain antarmuka yang intuitif dan fitur yang mudah diakses perlu terus dikembangkan.
- b. Meskipun persepsi konsumen dan kepercayaan belum terbukti signifikan secara statistik, tetap perlu diperhatikan dan ditingkatkan melalui komunikasi yang efektif, transparansi, dan penyediaan informasi yang jelas agar dapat memperkuat loyalitas pelanggan di masa depan.
- c. Pengelola aplikasi sebaiknya rutin melakukan evaluasi dan peningkatan layanan untuk menjaga kepercayaan konsumen, yang dalam jangka panjang dapat berkontribusi pada peningkatan loyalitas pelanggan.