

## BAB V

### KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan koefisien *alpha* atau *cronbach's alpha* dalam uji reliabilitas untuk mengukur reliabilitas atau konsistensi internal diantara butir-butir pertanyaan dalam suatu instrumen. nilai reliabilitas konsistensi internal, untuk koefisien *alpha* masing-masing variabel dalam setiap variabel dinyatakan reliabel karena lebih besar dari 0,6 untuk koefisien *alpha* atau *cronbach's alpha*. Dengan demikian item pengukuran pada masing-masing variabel dinyatakan reliabel.
2. Penelitian ini menghasilkan bahwa tidak terdapat pengaruh secara parsial antara variabel eksogen (X) terhadap variabel intervening ( $Y_1$ ), variabel eksogen (X) terhadap variabel endogen ( $Y_2$ ), dan variabel intervening ( $Y_1$ ) terhadap variabel endogen ( $Y_2$ ), hal ini ditunjukkan dari hasil nilai t hitung pada masing-masing pengaruh variabel, antara lain :
  - a. Pengaruh antara Sistem penjualan *online* (X) dengan kepercayaan pelanggan ( $Y_1$ ) diperoleh nilai t hitung sebesar 0,105.
  - b. Pengaruh antara Sistem Penjualan *Online* (X) dengan Loyalitas pelanggan ( $Y_2$ ) diperoleh nilai t hitung sebesar 1,647.

- c. Pengaruh antara Kepercayaan Pelanggan ( $Y_1$ ) dengan Loyalitas Pelanggan ( $Y_2$ ) diperoleh nilai nilai t hitung sebesar 0,261.

Sedangkan pengaruh tidak langsung sistem penjualan *online* ( $X$ ) terhadap loyalitas ( $Y_2$ ) pelanggan melalui kepercayaan pelanggan ( $Y_1$ ) menghasilkan nilai sebesar 0,00205, yang artinya ada pengaruh tidak langsung sistem penjualan *online* terhadap loyalitas pelanggan.

## 5.2. Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian, ada beberapa hal yang perlu dijadikan saran bagi perusahaan dan bagi peneliti selanjutnya:

1. Dari ketiga variabel yang diteliti tersebut menunjukkan bahwa Sistem Penjualan *Online*, Kepercayaan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan masih bisa dikembangkan dalam peningkatan dan keberlangsungan usaha perusahaan demi membangun *brand image* perusahaan yang lebih baik kedepannya, caranya dengan beriklan melalui media Koran atau pertelevisian dengan memberikan edukasi terhadap transparasi kerja perusahaan.
2. Perusahaan disarankan dapat memberikan manfaat lebih. Caranya adalah untuk pelanggan lama terkait kebijakan pemberian diskon maupun benefit lain yang akan diperoleh oleh pelanggan, sedangkan untuk pelanggan baru maupun lama agar perusahaan tetap memberikan service execlent dan menjaga hubungan baik terhadap setiap pelanggan.