

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang berjudul “Pengaruh *customer experience* terhadap *customer loyalty* pada Blibli.com” diperoleh analisis, pengumpulan data, dan pengelolaan. Hasil tersebut menghasilkan beberapa kesimpulan dari penelitian ini, yaitu:

1. Hasil hipotesis menunjukkan bahwa H1 diterima dan Ho ditolak yang menandakan bahwa variabel *customer experience* (X) memiliki pengaruh terhadap variabel *customer loyalty* (Y) pada Blibli.com.
2. Hasil uji kekuatan pengaruh menunjukkan bahwa variabel *customer experience* (X) memiliki pengaruh sebesar 44,5% terhadap variabel *customer loyalty* (Y) dan sisanya sebesar 55,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas pada penelitian ini. Hasil interpretasi dari uji koefisien korelasi menunjukkan kekuatan hubungan pada angka 0,667 sehingga kedua variabel tersebut memiliki kekuatan hubungan yang kuat dan positif.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil temuan pada penelitian ini terdapat beberapa saran untuk menjadi masukan bagi penelitian selanjutnya yang meliputi saran akademis dan praktis, yaitu:

5.2.1 Saran Akademis

Penelitian selanjutnya dapat mencari faktor lain seperti *customer retention* dan *customer satisfaction* yang juga memengaruhi *customer loyalty* sehingga dapat menghasilkan temuan baru di kemudian hari. Penelitian berikutnya disarankan untuk melakukan metode penelitian *mix method* seperti wawancara langsung pada pelanggan yang merasakan *experience* dari perusahaan dan melakukan penyebaran kuesioner sehingga memperkaya hasil penelitian tersebut. Metode penelitian lain yang dapat berguna untuk penelitian selanjutnya yaitu metode penelitian kualitatif dengan studi kasus. Penelitian tersebut berguna untuk mengetahui strategi yang dilakukan oleh perusahaan untuk memberikan *customer experience* (X) yang baik sehingga berpengaruh pada *customer loyalty* (Y).

5.2.2 Saran Praktis

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa saran praktis untuk dilakukan oleh Blibli.com sehingga dapat memberikan layanan *customer experience* (X) yang baik sehingga memperoleh *customer loyalty* (Y) yang semakin baik, di antaranya:

1. Blibli.com diharapkan dapat meningkatkan strategi untuk menonjolkan keunikan dibanding kompetitor lain.
2. Blibli.com dapat menjaga efektivitas dari *website e-commercenya* agar mudah diakses.
3. Blibli.com diharapkan dapat meningkatkan komunikasi layanan terutama *customer care chatting* untuk memaksimalkan layanan.
4. Blibli.com diharapkan mempertahankan layanan pada aplikasinya dengan baik.
5. Blibli.com dapat memperbaiki dan melakukan pengecekan sistem secara berkala agar *experience* yang didapatkan pelanggan maksimal untuk menjaga loyalitas pelanggan.