

BAB V

KESIMPULAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan dari keseluruhan proses penelitian yang telah dilakukan, mulai dari merumuskan latar belakang masalah, menguji, mengolah, hingga menganalisis data, dirangkumlah penemuan yang menjadi tujuan penelitian dan rumusan masalah. Dalam penelitian ini, terdapat rumusan masalah, yaitu apakah terdapat pengaruh dan seberapa besar pengaruh *customer relationship management* SOCO Points terhadap loyalitas konsumen Sociolla. Dari keseluruhan hasil temuan, ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut.

1. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa hipotesis H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) yang berarti terdapat pengaruh *customer relationship management* SOCO Points terhadap loyalitas konsumen Sociolla.
2. Dengan adanya *customer relationship management* SOCO Points memberikan pengaruh sebesar 25,2% terhadap loyalitas konsumen Sociolla yang dibuktikan dengan nilai *R Square* sebesar 0,252. Sementara itu, presentase sisa sebesar 74,8% yang memengaruhi variabel, dipengaruhi oleh faktor yang tidak diketahui dalam penelitian ini.

5.2. Saran

Berikut merupakan beberapa saran akademis dan praktis yang diharapkan dapat berguna untuk membangun pihak terkait menjadi lebih baik, yaitu sebagai berikut.

5.2.1 Saran Akademis

Melihat dari hasil penelitian, diketahui bahwa *customer relationship management* SOCO Points berpengaruh sebesar 25,2% terhadap loyalitas konsumen Sociolla. Sedangkan, presentase sisa sebesar 74,8%, berasal dari faktor-faktor yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Berdasarkan hal tersebut, hal ini menjadi saran bagi penelitian berikutnya untuk meneliti faktor lain yang dapat memengaruhi loyalitas konsumen Sociolla. Peneliti berikutnya juga dapat meneliti bagaimana *customer relationship management* SOCO Points dapat memengaruhi faktor lain, seperti keputusan pembelian, minat beli.

5.2.2 Saran Praktis

Dari hasil penelitian ini, berikut saran praktis yang dapat dipertimbangkan untuk dilakukan bagi perusahaan, yaitu sebagai berikut.

1. Diharapkan Sociolla dapat melakukan penyebaran informasi yang lebih intents terkait SOCO Points sebagai salah satu *customer relationship management* pada Sociolla. Hal ini dapat dilihat dari temuan dari penelitian ini, ditemukan terdapat responden yang merasa informasi soal SOCO Points masih sulit dipahami yang berdampak pada loyalitas konsumen Sociolla yang belum sepenuhnya memperlihatkan resistensi. Hal ini menyebabkan Sociolla belum menjadi pilihan *e-commerce* utama ketika responden melakukan pembelian produk kecantikan atau perawatan diri.

2. Memberikan lebih banyak penawaran menarik agar konsumen semakin semangat untuk melakukan transaksi di Sociolla dan tidak berpindah ke kompetitor lainnya. Mengingat banyak kompetitor yang menawarkan layanan yang hampir sama dengan Sociolla.

3. Melihat hasil dari penelitian ini, SOCO Points dapat memengaruhi loyalitas konsumen Sociolla sebesar 25,2%, diharapkan Sociolla dapat mempertahankan dan mengembangkan *customer relationship management* ini agar tetap menjaga loyalitas pelanggan.

