

BAB IV

SIMPULAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini ingin mengetahui bagaimana hubungan dan pengaruh antara variabel CRM terhadap loyalitas pelanggan, serta data seberapa besar dan kuat pengaruh variabel *customer relationship management* sebagai variabel yang memberikan pengaruh terhadap loyalitas pelanggan sebagai variabel yang diberikan pengaruh. Setelah melakukan beragam tahapan, mulai dari penyusunan dimensi, indikator, dan pertanyaan, melakukan pembagian kuesioner kepada 300 responden sesuai dengan kriteria yang sudah ditentukan, dan mengolah data dengan analisis mandiri serta SPSS 26, didapatkan kesimpulan sebagai berikut.

1. Terdapat pengaruh antara CRM permainan Shopee Tanam terhadap loyalitas pelanggan pengguna aplikasi Shopee di Jabodetabek.
2. Pengaruh yang diberikan oleh CRM terhadap loyalitas pelanggan sebagai variabel yang diteliti adalah kontribusi secara langsung sebesar 38,1% dan 61,9% lagi dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hipotesis yang menjadi tujuan penelitian ini terjawab dengan adanya olahan data yang diberikan. Penelitian ini menggunakan teknik *Perason's Product Moment* untuk melakukan uji korelasi yang mendapatkan hasil bahwa hubungan antar variabel *customer relationship management* permainan Shopee Tanam (X) terhadap loyalitas pelanggan (Y) termasuk ke dalam hubungan yang tinggi yang berarti memiliki hubungan yang kuat dan positif dengan nilai r hitung sebesar 0,619.

Terkait dengan hipotesis penelitian, disimpulkan bahwa penelitian ini menolak H_0 dan menerima H_a , karena terdapat hubungan antara variabel *customer relationship management* permainan Shopee Tanam (X) terhadap loyalitas pelanggan (Y) pengguna aplikasi Shopee di Jabodetabek.

5.2 Saran

Sebagai sarana pengembangan baik akademis maupun praktis, berikut saran-saran yang disusun agar bermanfaat kepada para pembaca:

5.2.1 Saran Akademis

Berdasarkan hasil penemuan dan kesimpulan pada penelitian ini, dari sudut pandang akademis, saran yang dapat dikembangkan lagi untuk peneliti selanjutnya apabila mengambil topik yang serupa yaitu.

- a. Dari hasil analisis yang sudah dilakukan, diketahui bahwa masih banyak faktor-faktor di luar variabel yang cukup signifikan memberikan pengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Sehingga bisa menjadi pertimbangan apabila penelitian selanjutnya dapat meneliti dengan faktor lain yang mempengaruhi loyalitas pelanggan.
- b. Nilai korelasi yang tinggi antar variabel yang diteliti yaitu sebesar 0,619 tidak seimbang dengan nilai pengaruh yang diberikan yaitu hanya 38,1%, sehingga disarankan untuk mencari variabel tambahan untuk memaksimalkan variabel loyalitas pelanggan sebagai variabel dependen.

5.2.2 Saran Praktis

Saran praktis berdasarkan penelitian yang telah dilakukan yang diharapkan dapat menjadi manfaat untuk para pembaca adalah sebagai berikut.

- a. Pada saat melakukan *customer relationship management* permainan Shopee Tanam, disarankan untuk memberikan satu tempat khusus promo harian yang dilakukan agar memudahkan pengguna untuk melihat keterlibatan pihak ketiga dalam memberikan imbalan karena dimensi terkait *partner channel automation* mendapatkan persentase lebih dari 15% untuk nilai tidak setuju.
- b. Shopee disarankan untuk terus mengembangkan personalisasi dan manajemen konten terutama pada bagian menciptakan pengalaman bermain pengguna karena pada dimensi tersebut lebih dari 50 responden yang menyatakan kurang setuju akan pertanyaan tersebut.

- c. Masih banyak pengguna yang tidak mengetahui fitur-fitur dalam permainan Shopee Tanam, disarankan adalah membuat tutorial berupa video untuk masing-masing fitur, sehingga responden dapat memilih untuk melihat petunjuk berupa video atau tulisan. Hal ini disarankan karena di atas 10% responden atau berjumlah 40 atau lebih responden menyatakan bahwa mereka tidak tahu akan adanya mitra dengan pihak ketiga untuk bermain bersama pengguna lain menggunakan media sosial diluar aplikasi Shopee.

