

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data penelitian di atas, maka hipotesis dalam penelitian ini yaitu Ha diterima dan Ho ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh keterikatan emosional terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna aplikasi Shopee di Karawang. Besaran pengaruh keterikatan emosional terhadap loyalitas pelanggan pengguna aplikasi Shopee di Karawang sebesar 39,1% sedangkan pengaruh oleh faktor lain yang tidak diteliti seperti, kepuasan, kepercayaan dan kemudahan sebesar 60,9%.

B. Saran

1. Bagi E-commerce Shopee

Bagi *e-commerce* Shopee, disarankan untuk selalu meningkatkan keterikatan emosional pelanggan dengan cara memberikan rasa percaya terhadap pelanggan dalam berbelanja dan membuat pelanggan berbelanja dengan aman, karena dengan keterikatan emosional akan menciptakan hubungan baik antara *e-commerce* Shopee dengan pelanggan. Berdasarkan saran ini diharapkan bisa meningkatkan loyalitas pelanggan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, yang tertarik untuk meneliti mengenai keterikatan emosional dan loyalitas pelanggan sebaiknya mengambil faktor-faktor lain yang memengaruhi loyalitas pelanggan seperti, kepuasan dan kepercayaan. Hal ini sangat penting untuk mengetahui seberapa besar pengaruh faktor-faktor ini terhadap loyalitas pelanggan.

