

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian yang telah dilakukan maka kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Harga tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan shopeefood dikota Yogyakarta.
2. Promosi berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan shopeefood dikota Yogyakarta.
3. *E-Service Quality* berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan shopeefood dikota Yogyakarta.
4. Berdasarkan tabel 4.10 menunjukkan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0.740. Hal ini berarti variabel harga, promosi, dan *e-service quality* memberikan kontribusi terhadap loyalitas pelanggan shopeefood di kota Yogyakarta sebesar 74%. Sisanya 26% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

B. Saran

Penelitian ini memiliki keterbatasan, namun demikian diharapkan dapat memberikan kontribusi. Adapun saran-saran bagi berbagai pihak dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi pihak ShopeeFood

Dari tiga variabel yang diteliti, promosi dan *e-service quality* berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan shopeefood dikota Yogyakarta. Oleh sebab itu, perusahaan harus tetap mempertahankan serta meningkatkan promosi dan *e-service quality*. Semakin baik promosi dan *e-service quality* yang dibangun oleh perusahaan, akan meningkatkan loyalitas pelanggan shopeefood dikota Yogyakarta.

2. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi dan masukan untuk menambah wawasan. Peneliti menyarankan untuk menggunakan metode yang berbeda serta menambahkan variabel lain seperti *e-trust*, *e-satisfaction*, serta menambah jumlah responden supaya memberikan informasi terbaru.