

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan terhadap data yang sudah diperoleh, adapun kesimpulan dalam penelitian ini meliputi:

1. Adanya pengaruh positif dan signifikan promosi terhadap loyalitas konsumen pengguna Shopee pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Bisnis stambuk 2019 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan. Hal ini dilihat dari nilai thitung yang diperoleh sebesar 7,101 sedangkan nilai ttabel adalah sebesar 2,030, maka hasil tersebut dapat dikatakan bahwa nilai thitung $>$ ttabel ($7,101 > 2,030$) dan signifikan penelitian 0,000, maka ($0,000 < 0,05$) jika dibandingkan dengan taraf signifikansinya α sebesar 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa promosi yang menarik seperti informasi maupun iklan yang disampaikan oleh perusahaan kepada konsumen, maka dapat mendorong konsumen agar melakukan pembelian serta loyal terhadap perusahaan tersebut.
2. Adanya pengaruh negatif dan signifikan harga terhadap loyalitas konsumen pengguna Shopee pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Bisnis stambuk 2019 FE UNIMED. Hal ini terbukti dari nilai thitung sebesar -4,315 sedangkan ttabel adalah sebesar -2,030. Maka hasil tersebut dapat dikatakan bahwa nilai thitung $<$ ttabel ($-4,315 < -2,030$). Dengan nilai signifikannya $0,000 <$ taraf signifikan 0,05 ($0,000 < 0,05$). Hal ini

menunjukkan bahwa semakin rendah harga yang ditawarkan kepada konsumen, maka konsumen akan memutuskan untuk melakukan pembelian sehingga dapat meningkatkan loyalitas suatu perusahaan.

3. Adanya pengaruh yang signifikan dan simultan promosi dan harga terhadap loyalitas konsumen pengguna Shopee pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Bisnis stambuk 2019 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan. Hal ini dapat dilihat dari hasil perhitungan yang diperoleh dari nilai diperoleh F_{hitung} sebesar 25,764 sedangkan F_{tabel} sebesar 3,27, maka $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($25,764 > 3,27$). Nilai signifikannya sebesar 0,000 maka ($0,000 < 0,05$) dibandingkan dengan α sebesar 0,05 untuk itu hipotesis dapat diterima. Hal ini membuktikan bahwa promosi dan harga merupakan faktor penting dalam meningkatkan loyalitas konsumen dalam suatu perusahaan. Promosi yang menarik dengan berbagai penawaran yang diberikan kepada konsumen, akan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang. Begitu juga dengan harga, karena harga dapat memberikan daya tarik konsumen terhadap suatu barang, dan kesesuaian dengan manfaat yang dapat dirasakan. Hal ini tentunya akan dapat meningkatkan kesetiaan konsumen terhadap sebuah perusahaan.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan kemudian disimpulkan, Adapun saran yang dapat diuraikan meliputi :

1. Bagi Mahasiswa

Hendaknya bagi mahasiswa perlu adanya upaya meningkatkan

loyalitas dalam penggunaan aplikasi Shopee, khususnya dengan melihat promosi yang telah dilakukan oleh pihak Shopee, serta yakin bahwa harga yang telah ditawarkan oleh Shopee jauh lebih terjangkau jika dibandingkan dengan situs belanja online lainnya.

2. Bagi Perusahaan

Dalam kaitannya promosi dan harga, hendaknya pihak perusahaan Shopee dapat memberikan promosi yang cukup menarik bagi para konsumen, serta perlunya untuk mengamati tingkat harga yang akan ditawarkan kepada konsumen, karena faktor promosi dan harga dapat berpengaruh terhadap tingkat loyalitas konsumen.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan mampu menambah bahan referensi, maupun literatur seerta perbandingan yang terkait dengan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen dalam menggunakan Shopee, selain promosi maupun harga yang tentunya dapat berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.