

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil yang didapatkan melalui analisis serta pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya mengenai **Loyalitas Penjual Marketplace Shopee (Studi Komunitas Kampus Shopee Bekasi)**, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pemasaran komunitas berpengaruh terhadap loyalitas penjual. Dimana semakin tinggi tingkat *membership, influence, integration & fulfilment of needs*, dan *shared emotional connections*, maka loyalitas penjual akan meningkat. Dengan demikian maka hal ini sesuai dengan hipotesis pada penelitian ini.
2. Pemasaran komunitas berpengaruh terhadap kepuasan penjual. Dimana semakin tinggi tingkat *membership, influence, integration & fulfilment of needs*, dan *shared emotional connections*, maka kepuasan penjual akan meningkat. Dengan demikian maka hal ini sesuai dengan hipotesis pada penelitian ini.
3. Kepuasan penjual berpengaruh terhadap loyalitas penjual. Dimana semakin tinggi tingkat keputusan yang tepat dalam memilih, puas terhadap layanan, dan layanan melebihi harapan, maka loyalitas penjual akan meningkat. Dengan demikian maka hal ini sesuai dengan hipotesis pada penelitian ini.
4. Pemasaran komunitas melalui kepuasan penjual berpengaruh terhadap loyalitas penjual. Dimana semakin tinggi tingkat *membership, influence, integration & fulfilment of needs*, dan *shared emotional connections*, melalui semakin tinggi tingkat keputusan yang tepat dalam memilih, puas terhadap layanan, dan layanan melebihi harapan, maka loyalitas akan meningkat. Dengan demikian maka hal ini sesuai dengan hipotesis pada penelitian ini.

V.2 Keterbatasan

Keterbatasan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Responden yang diambil dalam penelitian ini merupakan para penjual anggota komunitas Kampus Shopee Bekasi, maka tidak dapat

disamaratakan dengan penjual anggota komunitas Kampus Shopee kota lain maupun komunitas lain.

2. Penelitian ini dilakukan pada masa pandemi Covid-19, oleh karena itu penelitian tidak leluasa dalam melakukan penelitian ini mengingat terbatasnya ruang gerak dan interaksi peneliti dengan anggota komunitas Kampus Shopee Bekasi.

V.3 Saran

Berdasarkan dari kesimpulan yang telah disampaikan di atas, maka peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut :

1. Kampus Shopee Bekasi diharapkan terus meningkatkan pemasaran komunitas sehingga akan meningkatkan kepuasan dan loyalitas penjual.
2. Dapat dilakukan penelitian dengan tema yang sama dengan pendekatan metode pengolahan data serta analisis yang berbeda. Untuk mengintegrasikan secara kualitatif dengan data kuantitatif pada penelitian ini.
3. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel-variabel lainnya yang berhubungan dengan pengaruh loyalitas penjual seperti bauran pemasaran, keputusan pembelian, kinerja pemasaran, dan variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini. Sehingga penelitian selanjutnya dapat lebih beragam dan mampu menyempurnakan penelitian ini.