

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan sebelumnya mengenai pengaruh citra merek dan kepercayaan merek terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan saat menggunakan e-wallet Gopay di Kota Depok, diperoleh temuan utama sebagai berikut:

Brand image berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas pelanggan pada Masyarakat Kota Depok yang menggunakan *E wallet* Gopay. Hal tersebut membuktikan bahwa pengetahuan brand, product image, keunggulan brand dapat memicu loyalitas pelanggan *E wallet* Gopay.

Brand trust berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas pelanggan pada Masyarakat Kota Depok yang menggunakan *E wallet* Gopay. Hal tersebut membuktikan bahwa dapat diandalkan, kepercayaan, keamanan dapat memicu loyalitas pelanggan *E wallet* Gopay,

Kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Masyarakat Kota Depok yang menggunakan *E wallet* Gopay. Hal tersebut membuktikan bahwa kepuasan secara menyeluruh, kesesuaian dengan harapan, perasaan senang pelanggan dapat memicu loyalitas pelanggan *E wallet* Gopay.

Brand image berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pelanggan pada Masyarakat Kota Depok yang menggunakan *E wallet* Gopay. Hal tersebut membuktikan bahwa pengetahuan brand, product image, keunggulan brand dapat memicu Kepuasan pelanggan *E wallet* Gopay.

Brand trust berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pelanggan pada Masyarakat Kota Depok yang menggunakan *E wallet* Gopay. Hal tersebut membuktikan bahwa dapat diandalkan, kepercayaan, keamanan dapat memicu kepuasan pelanggan *E wallet* Gopay.

Brand image berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas pelanggan melalui Kepuasan pelanggan pada Masyarakat Kota Depok yang

menggunakan *E wallet* Gopay. Hal tersebut membuktikan bahwa *Brand image* dapat memicu loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan *E wallet* Gopay.

Brand trust berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas pelanggan melalui Kepuasan pelanggan pada Masyarakat Kota Depok yang menggunakan *E wallet* Gopay. Hal tersebut membuktikan bahwa *Brand trust* dapat memicu loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan *E wallet* Gopay.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Meskipun penyusunan penelitian ini telah dilakukan dengan proses yang telah disesuaikan dengan aturan dan ketentuan yang telah ditetapkan, tentu terdapat keterbatasan dalam penelitian ini. Oleh karena itu berikut merupakan keterbatasan peneliti dalam menyusun penelitian ini:

1. Keterbatasan waktu penelitian yang menjadi hambatan dalam penelitian ini mempengaruhi pencarian sampel yang sesuai dengan kriteria penelitian ini lebih banyak lagi.
2. Keterbatasan dalam waktu pengerjaan uji statistik untuk memilih responden mana saja yang dapat digunakan.

5.3 Saran

Berdasarkan pembahasan tentang analisis dan hasil dari variabel *Brand image* dan *Brand trust* terhadap Loyalitas pelanggan melalui Kepuasan pelanggan pada *E wallet* Gopay, ada beberapa saran yang mungkin bermanfaat dan dapat digunakan untuk meningkatkan Loyalitas pelanggan dan Kepuasan pelanggan. Serta dapat menjadi referensi bagi pembaca penelitian ini. Saran berikut diberikan:

1. Dengan memahami dampak *Brand image*, *Brand trust* terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan, dompet digital Gopay dapat menyelaraskan branding mereka dengan preferensi pelanggan di Kota Depok. Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan dan kepuasan konsumen.

Reyhan Ikawidya Putra, 2023

Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada E Wallet Gopay

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Manajemen

[www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id]

2. Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi Gopay dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif. Fokus pada *Brand image* dan *Brand trust* akan memiliki dampak terhadap loyalitas Pelanggan dan kepuasan pelanggan Gopay. Dengan demikian, kepuasan pelanggan diharapkan akan menjadi prioritas utama bagi Gopay dalam menjaga hubungan baik dengan pelanggan mereka di masa mendatang.
3. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk mempertimbangkan penggunaan variabel independen tambahan yang berpotensi memengaruhi Loyalitas Pelanggan, selain dari citra merek dan kepercayaan merek yang telah teliti sebelumnya. Menggunakan variabel independen yang berbeda dan menerapkan pendekatan metodologi yang berbeda dapat menghasilkan temuan yang beragam. Dengan demikian, diharapkan penelitian selanjutnya akan memberikan kontribusi yang berharga dalam pemahaman mengenai Loyalitas Pelanggan, khususnya dalam konteks Layanan dompet digital Gopay, dan mungkin menjadi dasar yang solid untuk memulai penelitian baru dalam bidang ini.