

## BAB V

### PENUTUP

Dalam bab ini peneliti menguraikan kesimpulan dan memberikan beberapa saran yang berhubungan dengan hasil penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan *Customer Relations* Produk *E-commerce* Terhadap Loyalitas Pelanggan”.

#### 5.1. Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan *Customer Relations* produk *e-commerce* terhadap loyalitas pelanggan, peneliti menyimpulkan bahwa berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa terdapat hubungan yang cukup berarti antara pengaruh kualitas pelayanan *Customer Relations* produk *e-commerce* kecantikan terhadap loyalitas pelanggan di Instagram di Sociolla. Hubungan yang cukup berarti ini setelah melihat pelayanan *Customer Relations* yang dilakukan perusahaan dalam bentuk pelayanan di kolom komentar Instagram Sociolla untuk mengetahui berbagai macam layanan mengenai bisnis produk *e-commerce* kecantikan dengan loyalitas pelanggan. Penelitian ini dilakukan dengan teori komunikasi yaitu *Customer Relationship Management*.

Populasi dalam penelitian ini adalah kelompok usia 15-40 tahun yang merupakan *followers* instagram Sociolla dengan jumlah sampel adalah sebanyak 642.000 yang dibulatkan menjadi 100 responden dihitung menggunakan rumus Slovin serta menggunakan teknik *Probability Sampling* dengan teknik *Simple Random Sampling*. Untuk memperoleh jawaban dari sampel peneliti melakukan penyebaran kuesioner dengan bentuk *google forms*. Dalam menyebarkan kuesioner, peneliti memberikan kesempatan yang sama terhadap responden artinya seluruh *followers* instagram Sociolla terkait dengan konsumen Sociolla 15 – 40 tahun diperbolehkan untuk mengisi kuesioner.

Penjelasan tersebut dibuktikan melalui data hasil uji koefisien determinasi yang diperoleh menyatakan bahwa adanya hubungan antara loyalitas pelanggan dengan pelayanan *Customer Relations* sebesar 80.2% dan sisanya 19.8% dipengaruhi oleh faktor lain diluar dari variabel X dan variabel Y tersebut dan tidak diteliti.

## 5.2. Saran

Mengacu pada hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti, dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan *Customer Relations* Produk *E-commerce* Terhadap Loyalitas Pelanggan” berikut ini akan dikemukakan beberapa saran yang dianggap relevan dengan penelitian. Saran tersebut antara lain sebagai berikut:

1. Menciptakan dan mempertahankan loyalitas pelanggan dari segi menginformasikan sebuah produk dengan menggunakan media yakni salah satunya instagram adalah hal yang penting bagi sebuah perusahaan yang bergerak di bisnis *online*. Karena hal tersebut merupakan aset yang sangat penting bagi kelangsungan hidup perusahaan. Pada dasarnya *e-commerce* Sociolla memang sudah dikenal baik dimata konsumen sehingga banyaknya konsumen yang percaya akan bisnis *online* dan produk yang di berikan. Sebagai objek yang diteliti yaitu instagran ini, dianggap mampu mempengaruhi perilaku dan sikap selanjutnya dari orang tersebut. Oleh karena itu, kesan pertama seseorang saat mengakses instagram atau media sosial *website* untuk memenuhi keinginannya sangatlah penting sehingga kualitas pelayanan sebuah instagram produk *e-commerce* harus dijaga demi mempertahankan reputasi perusahaan dan konsumen agar tidak berpaling pada bisnis *online* lainnya.
2. Hasil penelitian dapat dijadikan masukan untuk mengevaluasi kegiatan pemasaran produk demi meningkatkan keuntungan baik materi ataupun non materi bagi perusahaan namun tetap tidak memberatkan atau merugikan konsumen dalam mengakses instagram produk *e-commerce*.
3. Loyalitas pelanggan memang memegang poin serta peranan penting dalam bisnis *online*. Terutama dengan banyaknya isu “penipu”, “*scam*,” dan beragam bentuk ketidak-jujuran lain dalam dunia bisnis *online*. Yang pada akhirnya menjadikan konsumen pun enggan untuk mulai berbelanja atau menggunakan jasa dari internet bisnis. Hendaknya *Customer Relations* di *e-commerce* produk kecantikan Sociolla dapat ditingkatkan lagi dengan cara mampu berkomunikasi dengan baik pada konsumen dapat mempertahankan loyalitas konsumen dan menambah nilai, serta kepercayaan konsumen kepada produk

pelayanan yang dimiliki Sociolla seperti yang sudah dilakukan pada media instagramnya sekarang.

4. Bagi peneliti yang akan melakukan analisis lebih lanjut mengenai faktor – faktor mempengaruhi loyalitas pelanggan diharapkan bisa meneliti faktor yang lebih spesifik ataupun faktor lain yang masuk berhubungan dengan pelayanan *Customer Relations* di *E-commerce* Produk Kecantikan Sociolla.