

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Pemasaran digital adalah identitas digital sebuah perusahaan, di mana ia menampilkan dirinya di dunia maya ke sejumlah besar pengguna. Berkat teknologi digital, sebuah merek dapat menjangkau setiap konsumen dengan produknya. Pemasaran digital terdiri dari promosi produk atau merek melalui salah satu bentuk elektronik lainnya. Harus dipertimbangkan apakah produk atau layanan tertentu dapat digunakan dalam pemasaran digital. Karena menggunakan pemasaran digital untuk produk atau layanan tertentu tidak selalu perlu dibenarkan.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. *Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Pengguna Platform ALFAGIFT di Daerah Kelurahan Kertasari dengan tingkat hubungan yang sangat kuat. Artinya bahwa *Trust* dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Jika *Trust* Tinggi maka loyalitas pelanggan pun semakin tinggi.
2. *E-Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Pengguna Platform ALFAGIFT di Daerah Kelurahan Kertasari dengan tingkat hubungan yang sangat kuat. Artinya bahwa *E-Service Quality* dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Jika *E-Service Quality* Tinggi maka loyalitas pelanggan pun semakin tinggi.
3. *Trust* dan *E-Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Pengguna Platform ALFAGIFT di Daerah Kelurahan

Kertasari dengan tingkat hubungan yang sangat kuat. Artinya *Trust* dan *E-Service Quality* tinggi maka Loyalitas Pelanggan akan semakin tinggi

## 5.2 Saran

Berdasarkan penelitian dan pembahasan yang dilakukan oleh penulis mengenai *Trust* dan *E-Service Quality* terhadap Loyalitas Pelanggan, maka penulis mencoba memberikan saran yang harapannya dapat bermanfaat sebagai berikut :

1. Untuk variabel *Trust* sebaiknya Platform Alfagift lebih memperhatikan pada pernyataan Platform Alfagift selalu menyediakan informasi yang akurat dan lengkap tentang produk yang dijual., harus lebih memastikan setiap produk yang dijual di Alfagift memiliki deskripsi produk yang detail, termasuk spesifikasi, manfaat, bahan baku (jika relevan), tanggal kedaluwarsa, dan sertifikasi karena dapat mempengaruhi loyalitas pelanggannya.
2. Untuk variabel *E-Service Quality* sebaiknya Platform Alfagift lebih memperhatikan pada pernyataan Platform Alfagift ini selalu memberikan layanan sesuai dengan deskripsi yang diberikan di situs web mereka, diharapkan lebih Pastikan bahwa deskripsi produk, fitur layanan, dan kebijakan di situs web selalu diperbarui dan sesuai dengan kenyataan karena dapat mempengaruhi Loyalitas Pelanggannya.
3. Untuk variabel Loyalitas Pelanggan sebaiknya Platform Alfagift lebih memperhatikan pada pernyataan Konsumen merasa bahwa produk yang di beli di platform Alfagift lebih unggul dibandingkan produk sejenis dari pesaing, meskipun terdapat penawaran menarik dari pesaing, menawarkan

program loyalitas yang lebih menarik seperti poin reward, diskon eksklusif, atau akses lebih awal untuk produk baru, sehingga konsumen merasa dihargai dan tetap memilih produk dari Alfagift meskipun ada penawaran dari pesaing. karena dapat mempengaruhi loyalitas pelanggannya.

4. Untuk peneliti selanjutnya, penulis menyarankan untuk memperluas lokasi penelitian sehingga hasil yang didapat lebih beragam dan baiknya menambah jumlah variabel lainnya yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan.