

BAB V

PENUTUP

1.1 Kesimpulan

Menurut hasil dan analisis koefisien determinasi yang telah dilakukan, menunjukkan nilai R square sebesar 0,609 atau 60,9%. Maka kesimpulannya adalah variabel Promosi tersebut memiliki pengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan dan Kemudahan Bertransaksi juga memiliki Pengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan

1. Hasil uji parsial menunjukkan bahwa Promosi berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan
2. Hasil uji parsial menunjukkan bahwa kemudahan Bertransaksi berpengaruh Signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan
3. Hasil uji simultan menunjukkan bahwa Promosi dan Kemudahan Bertransaksi terhadap Loyalitas Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

1.2 Implikasi Manajeril

1. Meningkatkan dan mempertahankan loyalitas dengan cara memberi Promosi yang lebih menarik karna variabel tersebut yang membuat konsumen loyal menggunakan e-monay tersebut.
2. Menambahkan fitur lainnya yang dapat membuat konsumen lebih mudah dari sebelumnya saat melakukan transaksi dengan aplikasi tersebut, dan memiliki fitur berbeda dengan apliaksi lainnya.

5.3 Saran

Adapun saran yang perlu diperhatikan bagi peneliti selanjutnya yang tertarik meneliti tentang Promosi dan Kemudahan Bertransaksi adalah peneliti selanjutnya diharapkan untuk mengkaji lebih banyak narasumber maupun referensi yang terkait dengan Promosi dan Kemudahan bertransaksi agar hasil penelitiannya dapat lebih baik dan lebih lengkap dari peneliti sebelumnya, peneliti selanjutnya lebih mempersiapkan diri dalam proses pengambilan dan pengumpulan data.