

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Peneliti telah melakukan penyebaran data dan pengolahan data pada 100 responden dan menggunakan *SmartPLS* 4.0 untuk menguji kebenaran hipotesis yang berkaitan dengan variabel promosi, harga, *live shopping* dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan berikut ini kesimpulan yang dapat diambil:

1. Hasil pengujian hipotesis dari variabel promosi terhadap loyalitas pelanggan yaitu menyatakan bahwa variabel promosi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Bekasi Utara
2. Hasil pengujian hipotesis dari variabel harga terhadap loyalitas pelanggan yaitu menyatakan bahwa variabel harga tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Bekasi Utara.
3. Hasil pengujian hipotesis dari variabel *live shopping* terhadap loyalitas pelanggan menyatakan bahwa variabel *live shopping* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Artinya variabel *live shopping* akan berkontribusi secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Bekasi Utara.
4. Hasil pengujian hipotesis dari variabel kepuasan pelanggan terhadap loyalitas ditolak yaitu menyatakan bahwa variabel kepuasan pelanggan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Bekasi Utara.

5.2 Saran Peneliti

5.2.1 Bagi TikTok Shop

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh Promosi, Harga, *Live shopping* dan Kepuasan Pelanggan terhadap loyalitas pelanggan TikTok Shop Di Bekasi Utara, terdapat beberapa saran yang dapat diterapkan untuk meningkatkan strategi pemasaran.

- a. Perlu peningkatan kualitas promosi yang dilakukan misalnya, dengan memberikan penawaran variasi yang lebih beragam dan menyesuaikan dengan kebutuhan masing-masing pelanggan.
- b. Menetapkan harga yang kompetitif dan transparan agar pelanggan merasa mendapatkan nilai lebih.
- c. Mengoptimalkan fitur *live shopping* dengan menghadirkan interaksi yang lebih menarik dan informatif, serta melibatkan *content creator* yang berpengaruh untuk meningkatkan *engagement* pelanggan.
- d. Meningkatkan kualitas layanan pelanggan, mempercepat layanan keluhan dan memperbaiki sistem pembayaran agar lebih efisien dan mudah diakses oleh pelanggan

5.2.2 Bagi Penelitian Selanjutnya

Saran bagi penelitian selanjutnya berikut ini:

- a. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah atau memperluas variabel lain yang belum diteliti, seperti kualitas produk, kualitas pelayanan atau faktor kepercayaan, agar dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan TikTok Shop

- b. Penelitian selanjutnya disarankan dapat memperluas wilayah penelitian tidak hanya di Bekasi Utara, tetapi juga di kota atau daerah lain sehingga hasil penelitian lebih representatif dan generalisasi temuan dapat ditingkatkan
- c. Penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan penggunaan teknik pengambilan sampel yang lebih beragam dan memperbesar jumlah responden untuk meningkatkan validitas dan reliabilitas hasil penelitian

5.3 Keterbatasan Penelitian

Dalam melaksanakan penelitian ini, terdapat beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan sebagai berikut:

- a) Penelitian ini hanya dilakukan di Bekasi Utara sehingga hasilnya mungkin tidak dapat digeneralisasikan ke wilayah lain dengan karakteristik demografis dan ekonomi yang berbeda. Preferensi konsumen dan tingkat penggunaan *TikTok Shop* dapat bervariasi antar wilayah
- b) Data yang diperoleh berasal dari survey menggunakan kuesioner dengan jumlah responden yang terbatas, sehingga kemungkinan kurangnya representasi dari seluruh populasi pengguna *TikTok Shop* di Bekasi Utara
- c) Penelitian tentang *TikTok Shop* masih relatif baru, sehingga referensi dan penelitian terdahulu yang relevan masih terbatas