

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Sesuai pengolahan fakta riset dan kemudian dilakukan Analisa, simpulan yang bisa diambil yakni:

1. Terdapat pengaruh nilai utilitarian terhadap kepuasan konsumen Shopee di Kudus. Berlandaskan pada tingginya t hitung dibandingkan dengan t tabel ($2,078 > 1,98472$) dan nilai signifikan $< 0,05$. Konsumen merasa bahwa belanja di Shopee menyenangkan dan nyaman akan puas dengan pengalaman belanja *online* menggunakan Shopee.
2. Terdapat pengaruh hedonis terhadap kepuasan konsumen Shopee di Kudus. Berlandaskan pada tingginya t hitung dibandingkan dengan t tabel ($8,184 > 1,98472$) dan nilai signifikan $< 0,05$. Konsumen yang merasa menggunakan Shopee merupakan salah satu hiburan misalnya saat sedang memesan makanan dalam Shopee Food akan senang dengan pengalaman belanja *online* menggunakan Shopee.
3. Terdapat pengaruh nilai utilitarian terhadap loyalitas konsumen Shopee di Kudus. Berlandaskan pada tingginya t hitung dibandingkan dengan t tabel ($2,230 > 1,98472$) dan nilai signifikan $< 0,05$. Konsumen yang merasa lebih murah dan ekonomis menggunakan Shopee untuk pembelian barang dan pembayaran tagihan akan menjadikan Shopee sebagai pilihan pertama dalam pembelian online.
4. Terdapat pengaruh hedonis terhadap loyalitas konsumen Shopee di Kudus. Berlandaskan pada tingginya t hitung dibandingkan dengan t tabel ($5,046 > 1,98472$) dan nilai signifikan $< 0,05$. Shopee menjual barang dengan harga lebih murah akan menjadikan Shopee sebagai pilihan pertama dalam pembelian *online*.

B. Saran-saran

Sesuai dengan fakta riset serta uji hipotesa, peneliti menyampaikan beberapa masukan yaitu:

1. Untuk periset mendatang, harapannya semakin meluaskan cakupan riset diikuti dengan jumlah responden yang melebihi riset ini hingga riset mendatang bisa memberikan penjelasan mengenai kondisi senyatanya.
2. Pada riset ini menunjukkan koefisien determinasi sebesar 54,6%, artinya masih ada 45,4% aspek lainnya yang memiliki efek pada

loyalitas konsumen. Sehingga riset mendatang diharapkan memakai aspek-aspek lain yang juga memiliki imbas pada loyalitas konsumen misalnya harga dan lain sebagainya.

