

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan hasil uji hipotesis, secara keseluruhan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel *Gamification* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Loyalitas Pengguna Shopee pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon Angkatan Tahun 2017-2019. Dengan memperoleh hasil dari uji pengaruh individual pada koefisien determinasi variabel  $X_1$  (*Gamification*) terhadap Y (Loyalitas Pengguna) sebesar 30,3% dan memperoleh indikator dengan nilai rata-rata terbesar yaitu elemen *game*, serta nilai rata-rata terendah yaitu fantasi.
2. Variabel *Brand Communication* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pengguna Shopee pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon Angkatan Tahun 2017-2019. Dengan memperoleh hasil dari uji pengaruh individual pada koefisien determinasi variabel  $X_2$  (*Brand Communication*) terhadap Y (Loyalitas Pengguna) sebesar 9,5% dan memperoleh 2 indikator dengan nilai rata-rata terbesar yaitu sadar akan keberadaan merek dan mampu mengenali logo merek tersebut, serta memiliki 3 indikator nilai rata-rata terendah yaitu dapat mengenali merek diantara merek pesaing, Shopee identik memiliki barang yang berkualitas, dan Shopee dianggap sebagai *e-commerce* yang paling diminati.
3. *Gamification* dan *Brand Communication* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pengguna Shopee pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon Angkatan Tahun 2017-2019. Dengan memperoleh nilai uji koefisien determinasi sebesar 39,8%.

#### B. Saran

Dari penelitian yang sudah dilakukan, penulis memiliki beberapa saran kepada pihak terkait diantaranya:

### 1. Bagi Shopee

- a. Diharapkan pihak Shopee untuk memerhatikan fitur Shopee *Games* baik dari segi jenis permainan, tingkat kesulitan permainan maupun hadiah yang diberikan guna menarik minat bermain pengguna Shopee.
- b. Diharapkan pihak Shopee untuk memerhatikan kegiatan promosi baik secara *offline* maupun *online* yang mana pada kegiatan promosi secara *offline* bisa menggunakan media pemasangan *pamflet* dan *billboard*. Adapun secara *online* bisa dengan mengadakan *giveaway* yang disertai dengan *hashtag* guna mengetahui seberapa populer Shopee di media sosial. Selain itu, sebaiknya Shopee juga lebih giat dalam mempromosikan fitur Shopee *Games* yang dimilikinya.
- c. Diharapkan pihak Shopee memerhatikan para penjual yang menjual produk yang berkualitas rendah demi menjaga integritas perusahaan Shopee.
- d. Diharapkan pihak Shopee untuk lebih konsisten dalam memberikan *voucher* gratis ongkos kirim, *vouchercashback* pada setiap bulannya.

### 2. Bagi Konsumen

- a. Diharapkan pihak konsumen untuk cermat dalam memilih *e-commerce* yang terpercaya ketika akan berbelanja *online*.
- b. Diharapkan pihak konsumen untuk lebih berhati-hati dalam memilih penjual ketika akan berbelanja online dengan melihat *review* pembeli lain.
- c. Diharapkan pihak konsumen untuk berhati-hati dan menghindari apabila terjadinya penipuan yang beralasan mendapatkan hadiah dengan mengatasnamakan perusahaan *e-commerce*.

### 3. Bagi Peneliti Lanjutan

Diharapkan hasil penelitian ini bisa digunakan sebagai bahan perbandingan dan referensi untuk penelitian selanjutnya, dan juga bisa digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk lebih memperdalam pada penelitian selanjutnya.