

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dengan melihat hasil penelitian yang telah di bahas mengenai pengaruh kemudahan, faktor emosional, pelayanan, dan keamanan terhadap kepuasan pelanggan belanja online di MoodCoop store Tulungagung, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa kemudahan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam belanja online di MoodCoop store Tulungagung. Hal tersebut menunjukkan bahwa kemudahan yang dirasakan oleh pelanggan tersebut baik maka konsumen akan memperoleh kepuasan dalam berbelanja.
2. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa faktor emosional berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam belanja online di MoodCoop store Tulungagung. Hal tersebut menunjukkan bahwa faktor emosional yang dirasakan oleh pelanggan tersebut baik maka konsumen akan memperoleh kepuasan dalam berbelanja.
3. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam belanja online di MoodCoop store Tulungagung. Hal

tersebut menunjukkan bahwa pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan tersebut baik maka konsumen akan memperoleh kepuasan dalam berbelanja.

4. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa keamanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam belanja online di MoodCoop store Tulungagung. Hal tersebut menunjukkan bahwa keamanan yang dirasakan oleh pelanggan tersebut baik maka konsumen akan memperoleh kepuasan dalam berbelanja.
5. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa kemudahan, faktor emosional, pelayanan, dan keamanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam belanja online di MoodCoop store Tulungagung. Hal tersebut menunjukkan bahwa kemudahan, faktor emosional, pelayanan, dan keamanan yang dirasakan oleh pelanggan tersebut baik maka konsumen akan memperoleh kepuasan dalam berbelanja.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian di atas, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Akademisi

Diharapkan penelitian ini bermanfaat bagi pengembangan ilmu, khususnya mengenai pengaruh kemudahan, faktor emosional, pelayanan, dan keamanan terhadap kepuasan pelanggan dalam belanja

online. Dan bermanfaat sebagai bahan referensi atau rujukan khususnya di jurusan Manajemen Bisnis Syariah dan tambahan pustaka pada perpustakaan IAIN Tulungagung.

2. Bagi Pihak MoodCoop Store Tulungagung

Berdasarkan interpretasi hasil penelitian, MoodCoop store Tulungagung diharapkan dapat mempertahankan pelanggannya atau menarik konsumen baru dengan cara memperhatikan kepuasan pelanggan melalui kemudahan, faktor emosional, pelayanan, dan keamanan.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya hasil penelitian ini diharapkan dijadikan sebagai acuan dan untuk menambah variabel lain. Dijadikan bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.