

BAB V

PENUTUPAN

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah adanya pengaruh pengalaman pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dengan di mediasikan oleh kepuasan pelanggan, pada penggunaan Spaylater pada Tangerang Raya. Berdasarkan hasil yang didapatkan dari 110 responden yang di olah dengan menggunakan pendekatan SEM-PLS maka mendapatkan beberapa kesimpulan:

1. Loyalitas pelanggan ditemukan sangat dipengaruhi oleh pengalaman pelanggan dalam hipotesis 1.
2. Dalam hipotesis 2 juga ditemukan adanya pengaruh Kepuasan Pelanggan dipengaruhi secara signifikan oleh Pengalaman Pelanggan.
3. Kepuasan Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan dalam hipotesis 3.
4. Dari uji mediasi ditemukannya sebuah hasil signifikan dari variabel Pengaruh Pengalaman Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan dimediasikan oleh Kepuasan Pelanggan.

5.2. Saran

5.2.1. Saran Praktisi

1. Shopee disarankan untuk terus mempertahankan suatu pengalaman Pelanggan seperti visual menarik dan selalu mempertahankan kenyamanan saat bertransaksi karena dalam penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah perempuan berusia 18–27 tahun yang cenderung menghargai aspek visual dan kemudahan dalam layanan digital. Langkah ini penting untuk dapat mempertahankan loyalitas dan kepuasan dari Pelanggan shopee paylater.

2. Shopee juga disarankan untuk memperkuat komunikasi terhadap pengguna shopee paylater terkait pengelolaan keuangan di masa yang akan datang kepada pengguna shopee paylater dan Membuat sebuah program berupa referral dengan sistem kode ajakan, di mana pengguna yang berhasil mengajak orang lain akan memperoleh promo atau benefit tertentu. Pelanggan di rentang usia 18–27 tahun cenderung lebih responsif terhadap layanan seperti promo dan *feedback user experience* yang mudah di akses. Dengan pendekatan ini, Shopee tidak hanya menjaga loyalitas, tetapi juga memperluas potensi retensi jangka panjang pengguna Shopee PayLater.
3. Pengalaman pelanggan terbukti memberikan pengaruh yang sangat kuat terhadap kepuasan pengguna Shopee PayLater. Maka, Shopee disarankan untuk tidak hanya mempertahankan aspek visual dan kenyamanan, tetapi juga secara aktif meningkatkan seluruh aspek pengalaman pelanggan. Hal ini mencakup peningkatan kecepatan layanan, kejelasan informasi fitur, serta kemudahan dalam proses pengajuan dan pembayaran cicilan. Karena melihat dari mayoritas karakteristik dari responden yaitu memiliki penghasilan dibawah Rp 5.000.000 dengan rentang umur 18-27 tahun.

5.2.2. Saran Akademisi

1. Peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel mediasi atau moderasi lain, seperti trust (kepercayaan pelanggan), perceived value, atau brand engagement untuk memahami lebih dalam hubungan antara pengalaman pelanggan, kepuasan, dan loyalitas. Hal ini penting untuk melihat apakah terdapat faktor lain yang dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh antar variabel

tersebut, khususnya dalam konteks layanan paylater yang kompetitif.

2. Penelitian dapat diperluas dengan membandingkan antar segmen pengguna, seperti membedakan Gen Z dan milenial, atau pengguna aktif dan pasif Shopee PayLater. Segmentasi ini bisa memberikan hasil yang lebih mendalam dan pengaruh pengalaman terhadap loyalitas, sehingga dapat menggambarkan dinamika perilaku konsumen digital secara lebih detail.
3. Untuk memperluas pemahaman dan generalisasi temuan, peneliti berikutnya dapat menerapkan model serupa pada platform paylater lain seperti GopayLater, Kredivo, Akulaku, atau layanan digital finansial lainnya. Hal ini memungkinkan untuk menguji konsistensi pengaruh pengalaman dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pada berbagai platform fintech di Indonesia. penelitian selanjutnya bisa dilakukan populasi yang lebih besar lagi.