

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan penjelasan pada bab sebelumnya, maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel promosi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen ShopeeFood di Kabupaten Malang
2. Variabel brand image mempengaruhi hubungan antara promosi dan loyalitas konsumen ShopeeFood di Kabupaten Malang.

5.2 Saran

Setelah menyimpulkan hasil penelitian diatas, peneliti akan memberikan saran yang merujuk pada hasil penelitian ini:

1. Bagi ShopeeFood diharapkan dapat lebih mengoptimalkan kembali aplikasi sehingga dapat meningkatkan kenyamanan penggunaannya. Selain itu, dalam hal promosi diharapkan ShopeeFood lebih banyak mengeluarkan promosi dengan harga minimum pembeliannya tidak terlalu besar dan memberikan gratis ongkir sepenuhnya. ShopeeFood juga diharapkan menambah *mercent* agar jangkauan ShopeeFood lebih luas lagi hingga sampai ke pelosok.
2. Bagi peneliti selanjutnya

Terdapat variabel-variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini sehingga bagi peneliti selanjutnya sangat disarankan untuk menggunakan variabel lain

misalkan diluar penelitian ini. Atau pun menambahkan sampel yang digunakan sehingga memperluas cakupan data agar hasil penelitian menjadi lebih maksimal.



UNIVERSITAS ISLAM
RADEN RAHMAT

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Revisi. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Arianty, N., Jasin, H., Nasution, P. L. K., & Christina, I. (2016). *Manajemen Pemasaran* (Revisi). Perdana Publishing.
- Ebert, R. J., & Griffin, R. W. (2015). *Pengantar Bisnis* (Kesepuluh). Erlangga.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)* (Pertama). Penerbit Deepublish.
- Fitriani, D., & Novitaningtyas, I. (2022). Pengaruh Moderasi Brand Image terhadap Hubungan antara Promosi dan Loyalitas pada Pelanggan ShopeeFood di Magelang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 3(2), 39–49. <https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v3i2.704>
- Ghozali Imam. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IMB SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro.
- Ghozali Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariiate dengan Program IMB SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro.
- Hair J.F., et al. 2010. *Multivariate Data Analysis*. Seventh Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Insani, N. A., & Madiawati, P. N. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan GoFood di Kota Bandung*. 4(3).
- Indrawati, P. D. (2017). *Perilaku Konsumen Individu Dalam Mengadopsi Layanan Berbasis Teknologi Informasi Dan Komunikasi*. Bandung: PT Refika Aditma.
- Irianto, Agus. (2006). *Statistik Konsep Dasar & Aplikasinya*. (1). Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Kertajaya, Hermawan. (2004). *Positioning, Diferensiasi, dan Brand*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong. G. (2012). *Marketing Management*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Manajemen*. England: Pearson Education, Inc.
- Kotler, P., Armstrong, G. (2012). *Marketig Manajemen*.
- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane. (2012). *Marketing Management*. New Jersey: Prentice Hall.

- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, A. R. (2018). *Dasar-Dasar Marketing, Segala Hal Tentang Marketing dan Sales*. Penerbit Quadrant.
- Kurniawati, D. (n.d.). *PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN (Studi pada Pelanggan KFC Cabang Kawi Malang)*.
- Kusumayanti, K., Kamanda, S. V., & Hermansyah, T. (2022). *PENGARUH MODERASI CITRA MEREK TERHADAP HUBUNGAN ANTARA PROMOSI DAN LOYALITAS PADA PELANGGAN SHOPEEFOOD DI BATUAJI BATAM*.
- Moorhead, G., & Griffin, R. W. (2013). *Perilaku Organisasi*. Selemba Empat.
- Muhammad. (2013). *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam (Pendekatan Kuantitatif)*. Jakarta: PT Grafindo Persada.
- Neumeier, Marty. (2003). *The Brand Gap*. USA : AIGA
- Rahmyanti, P. L. D., & Ekawati, N. W. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan dan Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Menggunakan Online Food Delivery Service Di Bali. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Equilibrium*, 7(2), 1256138. https://doi.org/10.47329/jurnal_mbe.v7i2.714
- Riyanto, S., dan Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik Pendidikan dan Eksperimen*. Yogyakarta:CV Budi Utama.
- Sugiyono. (2015). *Metodologi Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif. Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2011). *Pemasaran Jasa*. Bayu Media.