BAB V
PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahsan mengenai pengaruh kecepatan layaanan ,harga aplikasi dan tingkat kepuasan pelanggan terhadap re-use aplikasi alfagift di perusahaan alfamar,maka dapat di simpulkan sebagaimana berikut:

1. Kecepatan layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *re-us*e aplikasi Alfagift. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi positif sebesar 0,212 dengan nilai signifikansi 0,001 < 0,05, sehingga H1 yang menyatakan bahwa kecepatan layanan berpengaruh positif signifikan terhadap *re-use* aplikasi Alfagift dapat diterima.
2. Harga aplikasi tidak berpengaruh signifikan terhadap *re-use* aplikasi Alfagift. Meskipun koefisien regresi harga bertanda positif sebesar 0,056, nilai signifikansinya sebesar 0,482 > 0,05, sehingga H2 yang menyatakan bahwa harga aplikasi berpengaruh positif signifikan terhadap *re-use* aplikasi Alfagift ditolak.
3. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap re-use aplikasi Alfagift. Nilai koefisien regresi kepuasan pelanggan sebesar 0,258 dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05, sehingga H3 yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap re-use aplikasi Alfagift dapat diterima.
4. Kecepatan layanan, harga aplikasi, dan kepuasan pelanggan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *re-use* aplikasi Alfagift. Hal ini dibuktikan oleh nilai F hitung sebesar 218,657 dengan signifikansi 0,000 < 0,05 serta nilai Adjusted R Square sebesar 0,857 yang menunjukkan bahwa 85,7% variasi *re-use* aplikasi Alfagift dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut secara bersama-sama, sedangkan sisanya sebesar 14,3% dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian.

5.2 Saran

Peneliti mengembangkan rekomendasi strategis berikut untuk manajemen PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk (Alfamart) berdasarkan temuan analisis data:

1. Untuk perusahaan Alfamart disarankan untuk selalu memprioritaskan kepuasan pelanggan dan selalu mengingat bahwa bagaimana cara supaya konsumen selalu menggunakan kembali aplikasi dari berbagai masalah masalah yang sering di alami konsumen saat berbelanja melalui alfagift.
2. Peneliti selanjutnya di sarankan untuk menambah beberarapa variabel terkait apa yang sedang di alami dan keluhan konsumen saat berbelanja melalui alfagift.
3. Bagi peneliti selanjutnya di harapkan untuk mengoptimalkan dan memperluas objek penelitian dari berbagai cara menangani kendala yang di alami konsumen saat berbelanja melalui aplikasi alfagift.