

BAB V

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai Pengaruh *e-commerce* dan Kualitas Produk dalam konsep Ekonomi Syariah terhadap loyalitas pelanggan di Anton Souvenir, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- a. Pengaruh variabel *e-commerce* (X1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) adalah sebesar 0,058 satu satuan dengan nilai taraf signifikan $0,048 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *E-commerce* (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Anton Souvenir.
- b. Pengaruh variabel Kualitas Produk (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) adalah sebesar 0,899 satu satuan dengan nilai taraf signifikan $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Anton Souvenir.
- c. Pengaruh *e-commerce* (X1) dan Kualitas Produk (X2) secara bersama-sama atau simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Dan uji F test diperoleh F hitung $28,644 > 3,19$.
- d. Dari hasil T test pada uji hipotesis dapat disimpulkan bahwa variabel independen yang dominan mempengaruhi variabel dependen adalah variabel Kualitas Produk (X2).