

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat disimpulkan bahwa:

1. *Electronic word of mouth* (eWOM) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik ulasan, rekomendasi, dan informasi positif yang diterima pelanggan melalui media digital, maka semakin tinggi loyalitas pelanggan terhadap Shopee.
2. *Customer engagement* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini berarti semakin tinggi keterlibatan pelanggan dalam berinteraksi dengan platform Shopee, maka semakin tinggi pula loyalitas pelanggan.
3. *Customer experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Artinya, semakin baik pengalaman pelanggan selama berbelanja di Shopee, maka semakin tinggi loyalitas pelanggan terhadap platform tersebut.
4. *Electronic word of mouth* (eWOM), *customer engagement*, dan *customer experience* secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan

bahwa loyalitas pelanggan dapat ditingkatkan melalui pengelolaan yang optimal terhadap ketiga faktor tersebut secara bersama-sama.

B. Saran

1. Praktis

- a. Shopee disarankan untuk terus meningkatkan kualitas *electronic word of mouth* (eWOM) dengan mendorong pelanggan memberikan ulasan dan rating setelah pembelian guna meningkatkan kepercayaan calon pelanggan.
- b. Shopee perlu memperkuat *customer engagement* melalui program interaktif.
- c. Shopee perlu menjaga dan meningkatkan *customer experience* dengan memastikan kemudahan penggunaan aplikasi, keamanan transaksi, kecepatan layanan, serta kesesuaian produk yang diterima pelanggan.

2. Akademik

- a. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat menambahkan variabel lain di luar *electronic word of mouth* (eWOM), *customer engagement*, dan *customer experience*, mengingat masih terdapat faktor lain yang mempengaruhi loyalitas pelanggan sebesar 34,6% yang belum diteliti dalam penelitian ini.

- b. Penelitian selanjutnya dapat memperluas objek penelitian pada platform *e-commerce* selain Shopee untuk memperoleh perbandingan hasil yang lebih beragam.
- c. Peneliti selanjutnya dapat menggunakan metode penelitian yang berbeda, seperti pendekatan *mixed method*, untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai loyalitas pelanggan.



DAFTAR PUSTAKA

- (APJII), Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, “Survei Internet APJII 2025,” 2025
<<https://survei.apjii.or.id/>> [diakses 4 September 2025]
- Abdul, Manap, Indra Sani, Acai Sudirman, Henny Noviany, Muhammad Taher Rambe, Rina Raflina, et al., *Manajemen Pemasaran Jasa (Konsep Dasar Dan Strategi), Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., pertama (purbalingga: EUREKA MEDIA AKSARA, 2023)
- Adoe, Vera Selvina, Marnida Yulfiana, Ayu Diana, Renny Lubis, dan Muchsin Harahap, *E-Commerce*, pertama (sulawesi tenggara: CV Feniks muda sejatengah, 2022)
- Al-Fadillah, T., dan W. Rachbini, “Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-Wom) Dan Kepuasan Pelayanan Terhadap Loyalitas Generasi Z Pada Aplikasi Shopee,” *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 2.2 (2024), 345–53
- Ananda, Nadiya Putri, “Pengaruh Nilai Religiosity Dan Product Knowledge Terhadap Minat Beli Produk Fashion Ladyfame Dalam Perspektif Bisnis Islam” (Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2024)
- Anggita, Mayang, dan Arlin Ferlina Mochamad Trenggana, “Pengaruh Customer Engagement Dan E-Service Quality Terhadap Niat Beli Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan

Sebagai Variabel Mediator Tiket.Com,” *ProBank*, 5.1 (2020), 83–99

Ayesha, Ivonne, I Wayan Adi Pratama Syahril Hasan Amaliyah, Nur Ika Effendi Tri Yusnanto, Ni Desak Made Santi Diwyarthi Ristianawati Dwi Utami Adhy Firdaus, Mumuh Mulyana Fitriana, dan Norhidayati Ash Shadiq Egim, *Digital Markting (Tinjauan Konseptual)*, pertama (Padang Sumatra Barat: PT. GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI, 2022)

Azrullah, M. Mashudi, “Pengaruh Jangka Waktu Pembayaran, Penanganan Komplain Dan E-Wom Terhadap Loyalitas Konsumen,” *Jurnal Transparan STIE Yadika Bangil*, 15.1 (2023)

Bill chinten, Wahyunanda Kusuma Pertiwi, “6 Platform Toko Online Paling Banyak Diakses di Indonesia,” *compas.com*, 2025
<<https://tekno.kompas.com/read/2025/08/11/10230017/6-platform-toko-online-paling-banyak-diakses-di-indonesia?page=all>> [diakses 27 September 2025]

Chairul Pua Tingga, M.Ak Walmi Sholihat, S.E., CMA Putu Chris Susanto, MBA, M.Ed., M.M. Tati Handayani, S.E., MA Dr. I Wayan Ruspindi Junaedi, S.E., ACP. I Komang Angga Maha Putra, S.Ds., M.Sn., et al., *Seni Pemasaran Kontemporer* (Bandung: Media Sains Indonesia, 2022)

Chrisnardani, Yustina, *Konsep dan Praktik e-Word of Mouth (e-WOM)*, pertama (Purbalingga: EUREKA MEDIA AKSARA, 2023)

Claudia, Demak, Yosephine Simanjuntak, Universitas Prima Indonesia, Purnama Yanti Purba, dan Universitas Prima Indonesia, “Peran Mediasi Customer Satisfaction Dalam Customer Experience Dan Loyalitas Pelanggan,” *Bisnis dan Manajemen*, 7.2 (2020), 171–84

Cynthia, “Akun Shopee Tak Bisa Belanja dengan Voucher,” 2025 <<https://news.detik.com/suara-pembaca/d-7903016/akun-shopee-tak-bisa-belanja-dengan-voucher>> [diakses 18 Januari 2026]

Dam, Sao Mai, dan Tri Cuong Dam, “Relationships between Service Quality, Brand Image, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty,” *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8.3 (2021), 585–93

Darma, Budi, *Statistika penelitian menggunakan SPSS (Uji validitas, uji reliabilitas, regresi linier sederhana, regresi linier berganda, uji t, uji F, R²)*. (Guepedia, 2021)

Deny, Septian, “Indonesia jadi Negara dengan Fashion Muslim Terbaik di Dunia Setelah UEA,” *Liputan6*, 2025 <<https://www.liputan6.com/islami/read/5948018/indonesia-jadi-negara-dengan-fashion-muslim-terbaik-di-dunia-setelah-uea>> [diakses 30 September 2025]

Dwi Kartika Ningrum Elzanty, dan Moh Erfan Arif, “Pengaruh Customer Engagement Terhadap Repurchase Intention Dengan Customer Equity Sebagai Variabel Mediasi,” *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 1.1 (2022), 39–48

Erislan, *Manajemen Pemasaran Digital*, pertama (Makasar: Mitra Ilmu, 2024)

Fatma, Nur, Mariani Alimuddin, Nursaifullah, Hardiyono, dan Ifah Finatry Latiep, *Manajemen Pemasaran Era Industri 4.0* (Yogyakarta: PT. Nas Media Indonesia, 2023)

HA, Minh-Tri, “The Impact of Customer Value on Customer Satisfaction and Customer Loyalty in Hotel Firms,” *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education*, 12.14 (2021)

Hadi, M. Yudha Trisna, Nur Khusnul Ismunandar, dan Hamidah, “Pengaruh Customer Engagement dan Customer Experience Terhadap Loyalitas pada Pelanggan JNE Cabang Bima,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 1.3 (2025), 1017–37

Haque-Fawzi, Marissa Grace, Ahmad Syarief Iskandar, Heri Erlangga, Nurjaya, dan Denok Sunarsi, *Strategi Pemasaran (Konsep, Teori dan Implementasi)*, pertama (Tangerang: Pascal Books, 2022)

Hardani, Helmina Andriani, Jumari Ustiawaty, Evi Fatmi Utami, Ria Rahmatul Istiqomah, Roushandy Asri Fardani, Dhika Juliana Sukmana, dan Nur Hikmatul Auliya, *Metode Penelitian Kualitatif*, pertama (Yogyakarta: CV.Pustaka Ilmu Group Yogyakarta, 2020), v

Hardani, Nur Hikmatul Auliya, Helmina Andriani, Roushandy Asri Fardani, dan Jumari Ustiawaty, *Buku Metode Penelitian Kualitatif*, ed. oleh AK Husnu Abadi, A.Md., *Revista Brasileira de Linguistica Aplicada*, 1 ed. (Yogyakarta: CV Pustaka Ilmu group Yoyakarta, 2020), v

Hengki Mangiring Parulian Simarmata, Erika Revida, Iskandar Kato, Andriasan Sudarso Hijrayanti Sari, Sudung Simatupang, Sisca Muhamad Faisal, Diena Dwidienawati Tjiptadi, dan Yurilla Endah Muliatie Martono Anggusti, *Manajemen Perilaku Konsumen dan Loyalitas*, ed. oleh Yayasan Kita Menulis, pertama (medan, 2021)

Hidayatullah, Dwi Putri, dan Beta Asteria, “Pengaruh Kualitas Layanan, Brand Ambassador Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Aplikasi Shopee,” *Ekombis Sains: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Bisnis*, 9.1 (2024), 17–30

Iba, Zainuddin, *Analisis Regresi Dan Analisis Jalur Untuk Riset Bisnis Menggunakan Spss 29.0 & Smart-Pls 4.0*, pertama (Purbalingga: EURIKA MEDIA AKSARA, 2024)

Indartini, Mintarti, dan Mutmainah, *Analisis Data Kuantitatif*, pertama (Klaten: Lakeisha, 2024), III

Indonesia.go.id, “Agama,” *Indonesia.go.id*
<<https://indonesia.go.id/profil/agama>> [diakses 30
September 2025]

Irawan, Widia, dan Puspita Chairun Nisa, “Pengaruh Corporate Social Responsibility, Electronic Word Of Mouth Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Social Media,” *Ilmiah Manajemen*, 4.1 (2023), 243–59

Iswanto, Juni, Alfin Yuli Dianto, Putri Nur Indah Sari, “Strategi Optimalisasi Kualitas Produk Kopi Dalam Membangun Loyalitas Pelanggan Dalam Teori Ekonomi Syariah,” *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 10.1 (2023), 63–73

Khotimah, Khusnul, “Studi Literatur: Pengaruh Brand Image, Electronic Word of Mouth, dan Service Quality terhadap Loyalitas Pelanggan,” *Journal of Economics, Assets, and Evaluation*, 2.3 (2025), 10

Kusuma, Ramdhan Wirahadi, dan Abdul Khoir, “Pengaruh E-Wom Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pt. Lastana Express Indonesia Lazada Elogistics Kelapa Dua Tangerang,” *Jiic: Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 1.6 (2024), 2237–46

Lae, Arianto M, Debryana Y Salean, Yosefina K I D D Dhae,

dan Merlyn Kurniawati, “Pengaruh Customer Experience Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Toko Mr. D.I.Y Di Kota Kupang,” *GLORY Jurnal Ekonomi dan Ilmu Sosial*, 6.1 (2025), 79–86

Liharman Saragih, Astri Rumondang Banjarnahor, Novy Anggraini Andriasan Sudarso, Yurilla Endah Muliatie, Darwin Lie, Yudiyanto Joko Purnomo, et al., *Strategi Manajemen Pemasaran, Pertama* (Pematangsiantar: Yayasan Kita Menulis, 2022)

Liu, Jibing, “Influence of service quality and customer perceived value on customer loyalty with customer satisfaction as a moderating factor: A study based on private elderly care services in China,” *Journal of Infrastructure, Policy and Development*, 8.6 (2024), 1–19

Machali, Imam, *Metode Penelitian Kuantitatif*, pertama (Yogyakarta: fakultas ilmu tarbiyah dan keguruan UIN sunan kalijaga, 2021)

Mahanani, Estu, Ade Khadijatul, Rahmat, Anggela Adam, dan Ni Utari, *Manajemen Pemasaran, CV. Eureka Media Aksara* (Purbalingga, 2023)

Malango, dan Berlianta Veronika Br, “Pengaruh Quick Service dan Customer Experience terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan Chatime Ruko S Parman Medan)” (Skripsi Universitas Sumatera Utara Medan, 2024)

Manyanga, Wilbert, Charles Makanyeza, dan Zororo Muranda, "The effect of customer experience, customer satisfaction and word of mouth intention on customer loyalty: The moderating role of consumer demographics," *Cogent Business and Management*, 9.1 (2022)

Mashuri, Mashuri, "Analisis Dimensi Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Perspektif Islam," *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 9.1 (2020), 54–64

Mediana, "Terkait Dugaan Persaingan Tidak Sehat, KPPU Sebut Shopee Siap Ubah Perilaku," *Kompas.id*, 2024 <<https://www.kompas.id/artikel/terkait-dugaan-persaingan-tidak-sehat-kppu-sebut-shopee-indonesia-siap-ubah-perilaku>> [diakses 27 September 2025]

Nabila Huria Salsabila, dan Kristiana Sri Utami, "Pengaruh Influencer dan Ulasan Pengguna Terhadap Keputusan Pembelian KONsumen Pada Brand Skincare Avoskin di Media Sosial," *Transformasi: Journal of Economics and Business Management*, 3.2 (2024), 125–47

Nawastuti, Nawang, dan Irmawati, "Pengaruh Influencer dan E-WOM terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi Pada Pelanggan TikTok Shop," *Informatika Ekonomi Bisnis*, 5 (2023), 1415–21

Ngo, Thi Thuy An, Binh Long Vuong, My Dien Le, Thanh

Trung Nguyen, My My Tran, dan Quoc Khanh Nguyen, "The impact of eWOM information in social media on the online purchase intention of Generation Z," *Cogent Business and Management*, 11.1 (2024) <<https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2316933>>

Noor, Juliansyah, *Metodologi Penelitian (Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah)*, keenam (Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, 2016)

Novita, Amanda Dwi, dan Nurul Hasanah, "Pengaruh Kualitas Layanan Digital , Citra Perusahaan , dan Customer Engagement terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia," *Akuntansi dan Manajemen*, 6.1 (2025)

"Penduduk Bengkulu Berumur 15 Tahun Ke Atas Yang Termasuk Angkatan Kerja Menurut Golongan Umur Dan Kabupaten/Kota dan Golongan Umur (Agustus 2021), Perkotaan+Perdesaan, Laki-laki+Perempuan," *BPS*, 2022

Purnomo, Heri, "Kemendag Minta Klarifikasi Shopee soal Aduan Konsumen, Ini Hasilnya," *Kemendag.go.id* <<https://www.kemendag.go.id/berita/pojok-media/kemendag-minta-klarifikasi-shopee-soal-aduan-konsumen-ini-hasilnya>> [diakses 3 Januari 2026]

Reza, Widya, *Analisis Regresi*, pertama (Purbalingga: EURIKA MEDIA AKSARA, 2024)

Rifa'i, Khamdan, *Kepuasan Konsumen*, ed. oleh M Hamdi, 1 ed. (Mangli Jember: UIN KHAS Press, 2023), III

Rizkyta, Anastassya, Widiyanto, dan Naili Farida, "Pengrauh eWOM (Electronic Word of Mouth) dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Shopee Kota Semarang)," *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 13.1 (2024), 58–67

Sabrina, Sarah, "APJII Rilis Data Terbaru 2025: Pengguna Internet di Indonesia Capai 229 Juta Jiwa," *APJII*, 2025 <<https://teknologi.id/tekno/apjii-rilis-data-terbaru-2025-pengguna-internet-di-indonesia-capai-229-juta-jiwa>> [diakses 21 September 2025]

Sahir, Syafrida Hafni, *Metodologi Penelitian*, pertama (Yogyakarta: PENERBIT KBM INDONESIA, 2021)

Salsabila, Sazkia Putri, Dinda Fali Rifan, dan Weny Rosilawati, "Pengaruh Gamifikasi Terhadap Peningkatan Customer Loyalty Dan Customer Engagement Pada Aplikasi Shopee Dalam Perspektif Bisnis Islam," *J-CEKI : Jurnal Cendekia Ilmiah*, 4.2 (2025), 531–41

Septiani, Lenny, "Tarif Review Produk Palsu dan Cara Mengenalinya," *katadata.co.id*, 2023 <<https://katadata.co.id/digital/e-commerce/6584029461099/tarif-jasa-review-produk-palsu->

dan-cara-mengenalinya> [diakses 27 September 2025]

Siswati, Endang, Sofiah Nur Iradawaty, dan Nurul Imamah, *Customer Relationship Management*, pertama (Purbalingga: Eurika Media Aksara, 2024)

Srisusilawati, Popon, Jajang Burhanudin, Arlin Ferlina, dan Mochamad Trenggana, *Loyalitas Pelanggan*, pertama (Bandung: Widina Bhakti Persada, 2023), xvii

Sugianto, Kevin Christian, “Analisis Pengaruh Digital Marketing terhadap Brand Advocay dengan Perceived Service Quality dan Customer Engagement sebagai Variabel Perantara pada Virual Hotel Operator: Oyo Hotel,” *Jurnal Strategi Pemasaran*, 7.1 (2020), 12–23

Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2019)

Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, 19 ed. (Bandung: Alfabeta Bandung, 2013)

Sunandari, Eva, dan Imam Hanafi, *Strategi Pemasaran*, Pertama (Riau: UI Press., 2024)

Susilawati, Eka, Estik Hari Prastiwi, dan Yulyar Kartika, “Pengaruh Persepsi Harga, Diskon, dan Customer Experience terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Fashion Shopee,” *JAMIN : Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis*, 5.1 (2022), 1

Sutrisno, Gono, Risa Ristiani, dan Marta Kania Masneno, “Customer Experience dan Customer Engagement Sebagai Prediktor Loyalitas Pelanggan : Peran Kepuasan Pelanggan Sebagai Pemediasi,” *Journal Of Communication Education*, 18.1 (2024), 53–63

Suwardi, Tegar Wijaya, dan Dony Oktariswan, “Pengaruh Customer Engagement , Brand Trust , Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan di Brand Executive,” *MANABIS (Manajemen dan Bisnis)*, 4.2 (2025), 140–50

Teddy Chandra, Stefani Chandra, Layla Hafni, *Service Quality, Consumer Satisfaction, Dan Consumer Loyalty : Tinjauan Teoritis, Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., Pertama (Malang: C V Irdh, 2020)

Tedy, “Pesanan Shopee yang Diterima Tak Sesuai, Proses Retur Mengecewakan,” 2024 <<https://news.detik.com/suara-pembaca/d-4998707/pesanan-shopee-yang-diterima-tak-sesuai-proses-retur-mengecewakan>> [diakses 18 Januari 2026]

Tunjungsari, Hetty Karunia, Rahmat Aji Nuryakin, dan Romi Ilham., *Customer Experience 5.0 : Meningkatkan Loyalitas di Era Digital*, pertama (Takaza Innovatix Labs, 2025)

Ulumi, Ainun, M. Cholid Mawardi, dan Ita Athia, “Pengaruh Influencer Marketing, Customer Engagement Dan Content Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna

Aplikasi Shopee (Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Malang),” *e – Jurnal Riset Manajemen*, 14.1 (2025), 1493–1502

Wan Nawang, Wan Rasyidah, Salehuddin Che Murat, Intan Fatimah Anwar, dan Nor Haziah Hashim, “Service Quality, Brand Image, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty towards Telecommunications Service Providers in Malaysia: A PLS-SEM Approach,” *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 14.8 (2024), 490–504

Wardhana, Aditya, *Consumer Behavior In The Digital Era 4.0*, Pertama (Purbalingga: EUREKA MEDIA AKSARA, 2024), I

—, *Perilaku Konsumen di Era Digital*, pertama (purbalingga: EUREKA MEDIA AKSARA, 2024)

Wibisono, Dimas, *Masa Depan Customer Relationship Management Berkelanjutan*, pertama (Bandung: CV.Media Sains Indonesia, 2024)

Wibisono, Kevin Owen, dan Hendro Susanto, “Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Loyalitas Pelanggan Asian Bowl Surabaya,” *Performa*, 7.1 (2022), 44–56

Yane Puspito Sari, Dr. Yayat Suharyat, M.M. M. A.

Graciafernandy, S.T., S.M., M.T., M.Si. Dr. Endang Sungkawati, M.Si. Dr. Suwitho, M.M. Elida Zia'ul Huda, S.E., et al., *Loyalitas Pelanggan*, pertama (purbalingga: EUREKA MEDIA AKSARA, 2024)

Yulindasari, Elsa Rizki, dan Khusnul Fikriyah, “Pengaruh e-WoM (Electronic Word of Mouth) terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal di Shopee,” *Journal of Islamic Economics and Finance Studies Volume*, 3.1 (2022)

Zhafira, Tasya, Dwi Dewisri Kinasih, dan Wan Laura Hardilawati, “Pengaruh Customer Engagement Dan Customer Experience Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Esl,” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, 2.1 (2023), 347–56

Zusrony, Edwin, *Perilaku Konsumen Di Era Modern* (Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik, 2021)