

BAB V

PENUTUP

1.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan bahasanya telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka di ambil kesimpulan sebagai berikut :

- 1 Hasil penelitian ini membuktikan bahwa variabel kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli ulang pada platform Shopee.
- 2 Hasil penelitian ini membuktikan bahwa variabel kepercayaan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli ulang pada platform Shopee.

1.2 Implikasi Teoritis

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat dikemukakan implikasi secara teoritis sebagai berikut :

Menurut Kotler (2013) Niat beli ulang adalah tindakan yang dilakukan konsumen setelah proses pembelian. Perilaku konsumen pada masa mendatang dipengaruhi oleh kepuasan dan ketidakpuasan konsumen setelah melakukan pembelian produk. Jika konsumen puas, maka ada kemungkinan konsumen untuk membeli produk itu kembali. Hasil penelitian saya mendukung teori dari Kotler (2013). Penelitian terdahulu yang digunakan adalah Bagus dwipayana dan Eka sulistyawati (2018). Hasil penelitian saya juga sejalan dan memperkuat penelitian dari Bagus Dwipayana dan Eka Sulistyawati (2018).

Menurut Akbar dan Parvez (2017) menyatakan bahwa kepercayaan hanya ada ketika salah satu pihak yakin dalam hubungan kerja sama yang dapat diandalkan dan mempunyai integritas, keyakinan yang seseorang miliki akan menimbulkan niat beli ulang dibenak konsumen dengan kata lain kepercayaan mendorong pikiran seseorang dalam niat beli ulang. Hasil penelitian saya mendukung teori dari Akbar dan Parvez (2017). Penelitian terdahulu yang digunakan adalah dari Ningrum,dkk (2021). Hasil penelitian saya juga sejalan dan memperkuat penetian dari Ningrum,dkk (2021).

1.3 Implikasi Terapan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dibahas pada bagian-bagian sebelumnya, maka dapat di simpulkan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagi pihak shopee

Dalam meningkatkan Niat beli ulang yang ada pada pelanggan shopee, dalam hal ini kepuasan dan kepercayaan pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian masing-masing indikator dari 3 variabel terdapat nilai terendah pada indikator kesesuaian harapan indikator tersebut ada pada indikator pertama variabel kepuasan termasuk dalam kategori rendah, diharapkan kepada pelaku usaha pada Platform e-commerce Shopee untuk terus meningkatkan Kepuasan Pelanggan dan terus membangun kepercayaan Pelanggan dalam menggunakan jasa Shopee sehingga dapat mengurangi risiko yang mungkin dialami oleh para pelaku usaha dan konsumen.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel lain yang dapat mempengaruhi niat beli ulang. Mengingat penelitian ini hanya menggunakan dua variabel yaitu kepuasan dan kepercayaan pelanggan. variabel lain yang bisa ditambahkan misalnya kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih luas mengenai faktor apa saja yang mempengaruhi Niat beli ulang selain kepuasan dan kepercayaan pelanggan.