BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai “Pengaruh Kualitas E-Layanan terhadap Minat Beli Ulang melalui Kepercayaan Pelanggan sebagai Intervening pada Produk Fesyen di *E-Commerce* Shopee” maka dapat dijelaskan dibawah ini.

1. Kualitas e-layanan pada produk fesyen di Shopee dinilai baik. Artinya Shopee sudah memberikan e-layanan yang baik yang sesuai dengan harapan mahasiswa.
2. Kepercayaan pada produk fesyen yang tersedia di Shopee dinilai baik. Artinya Shopee mampu mempertahankan kepercayaan dan berupaya memberikan pengalaman yang baik untuk mahasiswa sebagai pengguna Shopee.
3. Minat beli ulang produk fesyen di Shopee dinilai baik oleh mahasiswa. Artinya mahasiswa cukup antusias untuk belanja ulang produk fesyen di Shopee.
4. Kualitas e-layanan terhadap kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan dengan pengaruhnya sebesar 65,12%.
5. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang produk fesyen di Shopee dengan pengaruhnya sebesar 35,28%.
6. Kualitas e-layanan terhadap minat beli ulang secara langsung maupun tidak langsung dapat di paparkan berikut ini.
 - a. Kualitas e-layanan tidak memiliki pengaruh secara langsung terhadap minat beli ulang. Artinya kualitas e-layanan tidak menentukan pelanggan akan melakukan pembelian berulang.
 - b. Kualitas e-layanan berpengaruh secara tidak langsung terhadap minat beli ulang produk fesyen di Shopee tanpa adanya intervening dari kepercayaan pelanggan. Mahasiswa akan melakukan pembelian berulang saat sudah mempercayai produk fesyen di Shopee.

4.2 Saran

Dari hasil yang telah dibahas sebelumnya serta dilakukan penyimpulan, maka perlu adanya beberapa saran guna meningkatkan berbagai aspek-aspek terpenting dalam penelitian ini, berikut merupakan saran dari penelitian.

1. Kualitas E-Layanan atau *e-service quality* dapat mencerminkan bagaimana kepercayaan pengguna dalam melakukan pembelian produk fesyen melalui *e-commerce* Shopee. Diharapkan *e-tailers* senantiasa selalui memberikan layanan terbaiknya.
2. Kepercayaan pelanggan factor penting dalam melakukan pembelian berulang. Untuk itu diharapkan produsen yang menyediakan berbagai macam produk fesyen di Shopee mampu mempertahankan pelanggannya atas dasar kejujuran relalita produk yang dijual.
3. Pembelian berulang akan menentukan jangka panjang suatu usaha, untuk itu diharapkan para produsen menyediakan dapat menyediakan produk-produk fesyen terbaiknya.
4. Besarnya pengaruh kualitas e-layanan dan kepercayaan diharapkan Shopee mampu meningkatkan dan mempertahankan pelayanan terbaiknya agar dapat mempertahankan kepercayaan dan kemudian akan meinimbulkan asa minat untuk membelinya kembali.
5. Penelitian ini diharapkan mampu memberi atau menambah ilmu pengetahuan, serta memberikan kesempatan bagi penulis untuk menerapkan kajian teori yang telah didapatkan selama perkuliahan mengenai permasalahan terkait kualitas e-layanan, kepercayaan, dan minat beli ulang terhadap suatu objek.
6. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan referensi tambahan bagi mahasiswa atau kalangan akademik dalam menunjang penelitian sejenis dan terus mengembangkannya.