

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil analisa data dan pengujian yang telah dilakukan maka kesimpulan penelitian ini adalah

1. *Shopping Orientation* memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap *repurchase intention* kembali *fashion* di Tokopedia.
2. *Prior Online Purchase Experience* memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap *repurchase intention fashion* di Tokopedia.
3. *Shopping Orientation* dan Pengalaman Pembelian berpengaruh secara signifikan terhadap *repurchase intention fashion* di Tokopedia.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dan kesimpulan, maka penulis memberikan saran baik kepada pihak Tokopedia maupun bagi peneliti selanjutnya sebagai berikut:

##### **5.2.1 Bagi Perusahaan**

1. Tokopedia harus terus berinovasi dalam meningkatkan penjualannya baik dari segi promosi maupun tampilan pada situs Tokopedia tersebut dan mampu bersaing dengan para kompetitor sejenisnya.
2. Tokopedia sebaiknya menambah media promosi selain di media elektronik agar semua lapisan masyarakat mengetahui dengan toko berbasis *online* yaitu Tokopedia.
3. Tokopedia harus menambah fitur-fitur menarik yang dapat memberikan informasi lebih detail kepada konsumen pada produknya tersebut dan lebih terbuka terhadap keluhan dari para konsumen.

4. Tokopedia pun harus menambah berbagai penawaran menarik yang mampu menarik lebih konsumen untuk membeli produk-produk Tokopedia seperti bebas ongkos kirim di hampir semua produk yang ditawarkan oleh Tokopedia

### **5.2.1 Bagi Peneliti Selanjutnya**

Dalam penelitian ini menggunakan variabel *Shopping Orientation* dan Pengalaman Pembelian sebagai variabel bebas yang dapat mempengaruhi niat pembelian kembali dan untuk pengembangan mendatang masih memungkinkan menambah variabel lain untuk menjelaskan niat pembelian kembali misalnya bauran pemasaran, citra perusahaan dan dapat menggunakan indikator yang berbeda dengan penelitian yang sudah ada sebelumnya.