

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil dari analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan dalam penelitian ini adalah :

1. Kreativitas iklan tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang.
2. *E-service quality* berpengaruh terhadap minat beli ulang.
3. Kreativitas iklan dan *e-service quality* secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat beli ulang.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan penelitian dalam usaha meningkatkan minat beli ulang adalah:

1. Bagi perusahaan *e-commerce* Bukalapak lebih memaksimalkan dari kualitas pelayanan yaitu *e-service quality* mulai dari peningkatan kualitas *website* juga peningkatan pelayanan terhadap konsumen guna untuk mendapatkan konsumen yang loyal.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengkaji faktor lain selain kreativitas iklan dan *e-service quality* yang mempengaruhi minat beli ulang di situs *web* belanja *online* Bukalapak.com, sehingga hasil penelitian akan semakin banyak variasi hasil yang diperoleh, serta menambahkan jumlah sampel penelitian.