

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian seperti yang telah diuraikan pada bab sebelumnya dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu :

1. *Electronic Word of Mouth* berpengaruh terhadap Minat Beli Ulang pada Shopee.
2. Persepsi Nilai berpengaruh terhadap Minat Beli Ulang pada Shopee.
3. *Electronic Word of Mouth* dan Persepsi Nilai berpengaruh terhadap Minat Beli Ulang pada Shopee.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dalam usaha meningkatkan Minat Beli Ulang pada Shopee maka disarankan oleh peneliti sebagai berikut :

1. Peneliti menyarankan perusahaan Shopee mempertahankan dan mengoptimalkan kualitas informasi produk untuk konsumen, dimana konsumen tertarik membeli pada Shopee karena terdapatnya informasi mengenai kualitas pada *e-commerce* Shopee.
2. Peneliti menyarankan perusahaan Shopee, bahwa persepsi konsumen pada pembelian produk-produk yang dijual pada Shopee dirasakan dalam kategori cukup, untuk itu pihak manajemen untuk segera meningkatkan kualitas yang dihadirkan produk pada Shopee yang berkaitan langsung dengan apa yang diberikan oleh produk atau layanan kepada konsumen, karena hal ini berhubungan dengan minat pembelian ulang.

3. Peneliti menyarankan perusahaan Shopee untuk tetap mempertahankan dan mengoptimalkan, mudahnya bertransaksi pada Shopee karena beberapa konsumen memiliki sedikitnya waktu untuk membeli produk di toko *offline*.