

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan seperti yang telah diuraikan pada bab sebelumnya maka dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu sebagai berikut :

1. *Utilitarian Shopping Value* berpengaruh terhadap *Repurchase Intention* pada Blibli.com, artinya saat konsumen merasakan nilai berbelanja utilitarian mereka terpenuhi maka akan meningkat pula minat beli ulang (*Repurchase Intention*) pada Blibli.com.
2. *Trust* berpengaruh terhadap *Repurchase Intention* pada Blibli.com, artinya semakin besar kepercayaan konsumen terhadap *platform* belanja *online* maka akan mempengaruhi minat beli ulang (*Repurchase Intention*).
3. *Website Quality* berpengaruh terhadap *Repurchase Intention* pada Blibli.com, artinya semakin baik kualitas situs web (*Website Quality*) pada *platform* belanja *online* dan memberikan kemudahan bagi konsumen dalam menjelajahi situs belanja *online* maka akan mempengaruhi minat beli ulang (*Repurchase Intention*).
4. *Utilitarian Shopping Value*, *Trust* dan *Website Quality* memiliki pengaruh terhadap *Repurchase Intention* pada Blibli.com

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan dan kesimpulan yang telah diperoleh, maka dalam usaha meningkatkan *Repurchase Intention* pada situs web Blibli.com, maka disarankan oleh peneliti sebagai berikut :

1. Pada indikator *Utilitarian Shopping Value* (Nilai Belanja Utilitarian), indikator yang memperoleh skor terendah ialah berbelanja di Blibli.com memungkinkan untuk berbelanja dengan cepat. Oleh karena itu Blibli.com perlu memperbaiki berbagai aspek untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen agar konsumen dapat membeli kembali di situs belanja Blibli.com.
2. Pada indikator *Trust* (Kepercayaan), indikator yang memperoleh skor terendah ialah percaya bahwa Blibli.com memiliki kemampuan untuk menangani transaksi penjualan di internet. Oleh karena itu Blibli.com perlu meningkatkan lagi kemampuan menangani transaksi di internet agar konsumen dapat menentukan untuk membeli kembali di situs belanja Blibli.com.
3. Pada indikator *Website Quality* (Kualitas Situs web), indikator yang memperoleh skor terendah ialah informasi yang ditampilkan pada situs web Blibli.com jelas dan terperinci. Oleh karena itu Blibli.com perlu mengembangkan situs web yang lebih informatif, hal ini guna menyampaikan informasi yang jelas dan terperinci kepada konsumen Blibli.com agar merasa cukup informasi dan dapat menentukan untuk membeli produk atau layanan kembali melalui situs web Blibli.com.