

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai *Pengaruh Customer Satisfaction dan Perceived Value terhadap Repurchase Intention* pada pengguna e-commerce Shopee di kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Bengkulu, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Customer Satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Repurchase Intention*. Artinya, semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen setelah melakukan pembelian, maka semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk melakukan pembelian ulang pada e-commerce Shopee.
2. *Perceived Value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Repurchase Intention*. Artinya, semakin tinggi nilai yang dirasakan konsumen dari segi kualitas, manfaat, harga, dan kemudahan, maka semakin tinggi pula minat mereka untuk melakukan pembelian ulang.
3. *Customer Satisfaction* dan *Perceived Value* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Repurchase Intention*. Artinya, kombinasi antara kepuasan pelanggan yang tinggi dan persepsi nilai yang baik akan semakin meningkatkan kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian ulang pada e-commerce Shopee.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Secara Teoritis Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi empiris bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk mengkaji fenomena serupa. Mengingat masih terdapat sebesar 55% variabel lain yang memengaruhi *repurchase intention* di luar model penelitian ini, maka disarankan agar penelitian berikutnya dapat mengembangkan model yang lebih komprehensif dengan menambahkan variabel lain seperti harga, kualitas produk, kepercayaan konsumen, electronic word of mouth (e-WOM), serta persepsi risiko. Dengan demikian, penelitian selanjutnya diharapkan mampu memberikan hasil yang lebih luas, mendalam, serta memiliki tingkat generalisasi yang lebih baik.
2. Bagi pihak E-Commerce Shopee Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan pertimbangan strategis bagi Shopee dalam meningkatkan kualitas layanan serta mempertahankan loyalitas pelanggan, khususnya pada segmen mahasiswa sebagai pengguna aktif. Shopee perlu menjaga dan meningkatkan kepuasan pelanggan melalui layanan yang konsisten, kemudahan penggunaan aplikasi, ketepatan pengiriman, serta respons yang baik terhadap keluhan. Selain itu, peningkatan *perceived value* juga perlu diperhatikan melalui harga yang kompetitif, promo yang menarik, dan kualitas produk yang sesuai dengan harapan konsumen, sehingga dapat mendorong peningkatan pembelian ulang.

3. Bagi Mahasiswa dan Masyarakat Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian ulang dalam transaksi online. Dengan memahami pentingnya kepuasan dan nilai yang dirasakan, konsumen diharapkan lebih cermat dalam mengevaluasi pengalaman berbelanja serta lebih selektif dalam memilih platform e-commerce, sehingga keputusan pembelian tidak hanya didasarkan pada harga, tetapi juga kualitas layanan dan manfaat yang diperoleh.

