BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan dengan pengujian dan analisis terhadap data menggunakan Partial Least Square (PLS) mengenai pengaruh *customer experience* terhadap *repurchase intention*, kepuasan pelanggan terhadap *repurchase intention*, dan *customer experience* terhadap *repurchase intention* melalui kepuasan pelanggan pada *e-commerce* Shopee, dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian menunjukkan bahwa *customer experience* memiliki pengaruh signifikan terhadap *repurchase intention*. Dapat diartikan bahwa *customer experience* yang didapatkan pelanggan saat berbelanja pada *e-commerce* Shopee bersifat positif sehingga menumbuhkan niat untuk melakukan pembelian kembali (*repurchase intention*).
2. Hasil pengujian menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan memiliki pengaruh signifikan terhadap *repurchase intention*. Dapat diartikan bahwa pelanggan merasa puas dengan *e-commerce* Shopee sehingga menumbuk niat untuk melakukan pembelian kembali (*repurchase intention*) pada *e-commerce* Shopee.
3. Hasil pengujian menunjukkan bahwa *customer experience* memiliki pengaruh terhadap *repurchase intention* melalui kepuasan pelanggan. Dapat diartikan bahwa *customer experience* yang positif membuat terciptanya kepuasan bagi pelanggan sehingga secara tidak langsung menumbuhkan minat untuk melakukan pembelian kembali (*repurchase intention*) pada *e-commerce* Shopee.

V.2 Saran

Melihat dengan perumusan kesimpulan diatas dapat dirumuskan saran bagi pihak terkait sebagai berikut.

1. Persaingan pada industri *e-commerce* sangat ketat sehingga Shopee harus mempertahankan *customer experience* yang dimilikinya dan terus melakukan inovasi dalam memberikan fitur-fitur untuk meningkatkan pengalaman belanja *online* yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan yang dituju. Selain itu untuk terus mempertahankan kepuasan pelanggan dapat dilakukan survey secara berkala kepada pelanggan yang telah menggunakan *e-commerce* Shopee sehingga Shopee mengetahui apa yang dibutuhkan oleh pelanggan dan mengimplementasikannya sehingga terciptanya *customer experience* yang lebih baik.
2. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian pada lokasi yang berbeda serta menggunakan variabel yang lain sehingga dapat mengetahui faktor-faktor lainnya yang mungkin dapat berpengaruh pada kepuasan pelanggan dan *repurchase intention* pada perusahaan Shopee. hal ini dikarenakan jika melihat pada jumlah pengaruh variabel lain masih sangat besar yaitu 41,6% pada kepuasan dan 47.3% pada variabel *repurchase intention*.