

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi mengenai kesimpulan dan saran dari penelitian yang telah dilakukan. Kesimpulan dan saran diperoleh dari hasil penelitian yang dilakukan di toko *online* Parple Store Shopee yang menjual produk *skin care*. Kesimpulan dan saran dapat dilihat sebagai berikut.

V.1 Kesimpulan

Pada bagian ini akan berisi kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan ini. Kesimpulan akan menjawab tujuan dari penelitian yang telah ditetapkan sebelumnya pada bab pendahuluan yang diperoleh dari hasil pengolahan data. Kesimpulan yang didapatkan dari penelitian ini ada dua yang dapat dilihat sebagai berikut.

1. Faktor yang mempengaruhi niat beli ulang konsumen untuk produk *skin care* di toko *online* Parple Store Shopee antara lain kualitas produk, harga, dan kepuasan.
2. Usulan yang dapat diberikan kepada Parple Store untuk meningkatkan niat beli ulang pada bisnis *online* antara lain antara lain, menambahkan variasi produk, mencari informasi mengenai tren produk terbaru, menambahkan produk yang sedang tren, memberikan promo, melakukan review harga, mencoba produk terlebih dahulu, melengkapi informasi produk, melengkapi informasi toko, menanyakan pendapat konsumen mengenai pelayanan yang diberikan oleh toko, memberikan rekomendasi produk, melakukan pengecekan tanggal expired produk, dan memperbaiki kinerja toko.

V.2 Saran

Adapun diberikan beberapa saran untuk penelitian maupun untuk pemilik dari toko *online* Parple Store. Saran ini bertujuan agar Parple Store dan penelitian selanjutnya dapat berjalan lebih baik. Berikut ini merupakan saran yang dapat diberikan.

1. Peneliti dapat mencari model penelitian lain untuk mencari faktor-faktor tambahan lain yang mungkin bisa memberikan pengaruh terhadap niat beli ulang konsumen pada toko *online* produk *skin care*.
2. Peneliti dapat melakukan wawancara awal atau pendahuluan dengan pengunjung toko yang tidak melakukan pembelian ulang.
3. Pemilik *Parple Store* hendaknya dapat menerapkan usulan perbaikan yang telah diberikan ini dengan konsisten.

DAFTAR PUSTAKA

- Eades, K. M., Isabella, L. A., Laseter, T. M., Rodriguez, P. L., Simko, P. J., & I. S. (2010). *The Portable MBA*. New Jersey: John & Sons, Inc. doi: <https://doi.org/10.1002/9781118256213.ch11>
- Field, A. (2009). *Discovering Statistics Using SPSS* (3rd ed.). London: SAGE Publications.
- Hair, J.F., Hult, G.T.M, Ringle, C.M., & Sarstedt, M. (2014). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM), Second Edition*. Los Angeles: Sage Publications, Inc.
- Khan, A. G. (2016). Electronic Commerce: A Study on Benefits and Challenges in an Emerging Economy. *Global Journal of Management and Business Research: Economics and Commerce*, 16(1).
- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2014). *Management Information Systems* (13 ed.). Harlow: Pearson Education Limited.
- Nemoto, T. & Beglar, D. (2014). Developing Likert-Scale Questionnaires. *JALT 2013 Conference Proceedings*.
- Hellier, P. K., Geurson, G. M., Rodney, C. A., & John, R. A. (2002). Customer Repurchase Intention A General Structural Equation Model. *European Journal of Marketing*, 1762-1800.
- Statista. (2019). Tren Pengguna E-Commerce Terus Tumbuh. Diambil 30 Maret 2021, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/10/tren-pengguna-e-commerce-2017-2023#>
- Suyanto, M. (2003). *Strategi Periklanan Pada E-Commerce Perusahaan Top Dunia*. Yogyakarta: Andi.
- Sekaran, U. (2003). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*, 4th Ed. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Tim APJII. (2020). *Laporan Survei Internet APJII 2019-2020(Q2)*. Indonesia Survey Center.

- Perwitasari, N.H. (2019). Mengenal Arti Skincare dan Tahapan Merawat Kulit.
Diambil 13 Agustus 2021, dari <https://tirto.id/>
- Wafi, R.N. (2021). iPrice: Shopee Jadi *E-commerce* Terpopuler di Indonesia
Sepanjang 2020. Diambil 13 Agustus 2021, dari <https://id.techinasia.com/>
- Third-i. (2017). *Consumer Insights 2017*. Cosmetics Europe.