

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Hasil penelitian mengenai Pengaruh ulasan produk, variasi produk dan kualitas pelayanan di *Marketplace Official Store JJ Sport Wear Yogyakarta* terhadap keputusan pembelian ulang di Shopee. Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Ulasan produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ulang di Toko JJ Sport Wear Yogyakarta. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa ulasan produk memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,201 dengan nilai signifikan sebesar  $0,017 < 0,05$ . Ini menunjukkan bahwa ulasan produk memberikan kontribusi positif terhadap keputusan pembelian ulang, di mana jika ulasan produk meningkat, keputusan pembelian ulang juga cenderung meningkat. Dengan demikian hipotesis  $H_1$  variabel ulasan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ulang pada *marketplace official store JJ Sport Wear Yogyakarta* di Shopee **diterima**.
2. Variasi produk juga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ulang di Toko JJ Sport Wear Yogyakarta. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variasi produk memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,238 dengan nilai signifikan sebesar  $0,029 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa

semakin beragam produk yang ditawarkan, semakin tinggi kemungkinan konsumen untuk melakukan pembelian ulang. Dengan demikian hipotesis H<sub>2</sub> yang menyatakan bahwa variabel variasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ulang pada *marketplace official store* JJ Sport Wear Yogyakarta di Shopee **diterima**.

3. Kualitas pelayanan juga berperan penting dalam keputusan pembelian ulang di Toko JJ Sport Wear Yogyakarta. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,131 dengan nilai signifikan sebesar  $0,023 < 0,05$ . Ini mengindikasikan bahwa pelayanan yang baik akan meningkatkan kemungkinan konsumen untuk melakukan pembelian ulang. Dengan demikian hipotesis H<sub>3</sub> yang menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ulang pada *marketplace official store* JJ Sport Wear Yogyakarta di Shopee **diterima**.

## **B. Saran**

### **1. Bagi Pemilik Usaha**

Perlunya mempertahankan serta meningkatkan ulasan produk, variasi produk dan kualitas pelayanan sehingga dapat lebih meningkatkan Keputusan pembelian ulang dari semua kalangan konsumen.

## 2. Bagi Peneliti

Mengingat bahwa 86,6% variasi dalam keputusan pembelian ulang dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti, peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian dengan melakukan penelitian lanjutan untuk mengidentifikasi faktor-faktor tambahan. Faktor seperti pemasaran digital, harga, lokasi, gaya hidup, *hedonic shopping motivation*, *online customer rating*, promosi, penggunaan *paylater*, citra produk, *electronic word of mouth*, dan lain sebagainya, sebab tidak menutup kemungkinan bahwa dengan penelitian yang mencakup lebih banyak variabel akan dapat menghasilkan kesimpulan yang lebih baik. Diharapkan juga bahwa penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan acuan dan perbandingan untuk penelitian yang serupa di masa depan.