

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya mengenai pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan kepercayaan pelanggan terhadap pembelian ulang produk Wardah di Jakarta Selatan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut. Pertama, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian ulang produk Wardah. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang dirasakan pelanggan, seperti keandalan sistem, responsivitas layanan, jaminan keamanan, empati, dan kemudahan transaksi, maka semakin besar kecenderungan pelanggan untuk melakukan pembelian ulang. Kualitas pelayanan menjadi faktor penting dalam menciptakan pengalaman berbelanja yang positif bagi konsumen.

1. Pertama, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian ulang produk Wardah. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang dirasakan pelanggan, seperti keandalan sistem, responsivitas layanan, jaminan keamanan, empati, dan kemudahan transaksi, maka semakin besar kecenderungan pelanggan untuk melakukan pembelian ulang. Kualitas pelayanan menjadi faktor penting dalam menciptakan pengalaman berbelanja yang positif bagi konsumen.
2. Kedua, kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian ulang produk Wardah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan memiliki pengaruh paling kuat dibandingkan variabel lainnya. Pelanggan yang merasa puas terhadap produk, layanan, serta pengalaman berbelanja secara keseluruhan cenderung memiliki keinginan yang lebih tinggi untuk kembali membeli produk Wardah melalui Shopee. Kepuasan pelanggan berperan sebagai dasar terbentuknya loyalitas dan sikap positif terhadap merek dan platform.
3. Ketiga, kepercayaan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian ulang produk Wardah. Kepercayaan yang terbentuk melalui keamanan transaksi, kredibilitas penjual dan platform, konsistensi kualitas

produk, serta ulasan dan rating positif mampu mengurangi persepsi risiko konsumen dalam transaksi online. Semakin tinggi tingkat kepercayaan pelanggan, semakin besar kemungkinan pelanggan untuk melakukan pembelian ulang.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diperoleh, maka peneliti memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak terkait dan penelitian selanjutnya.

Bagi pihak perusahaan dan penjual produk Wardah di Shopee, disarankan untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan, khususnya dalam hal responsivitas layanan pelanggan, kejelasan informasi produk, serta ketepatan waktu pengiriman. Pelayanan yang konsisten dan andal akan menciptakan pengalaman positif yang mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian ulang.

Selain itu, perusahaan dan penjual perlu menjaga serta meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memastikan kualitas produk tetap sesuai dengan ekspektasi konsumen, memberikan kemudahan dalam proses transaksi, serta menyediakan layanan purna jual yang baik. Kepuasan pelanggan yang tinggi terbukti menjadi faktor dominan dalam mendorong pembelian ulang, sehingga perlu menjadi fokus utama dalam strategi pemasaran.

Selanjutnya, kepercayaan pelanggan harus terus diperkuat melalui jaminan keamanan transaksi, transparansi informasi, serta pengelolaan ulasan dan rating pelanggan secara profesional. Kepercayaan yang terjaga akan membuat pelanggan merasa aman dan nyaman untuk kembali bertransaksi, sekaligus memperkuat hubungan jangka panjang antara pelanggan, platform Shopee, dan merek Wardah.

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini, seperti harga, promosi, citra merek, loyalitas pelanggan, atau pengaruh influencer, guna memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi pembelian ulang. Selain itu, penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan jumlah

responden yang lebih besar atau objek penelitian yang berbeda agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan secara lebih luas.

