

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan beserta teori dan konsep yang mendukung Customer Trust Toko terhadap Niat Beli Kembali melalui User Generated Content (Studi kasus Konsumen pada Erigo di Tiktok Shop), maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan tanggapan responden mengenai Customer Trust pada Konsumen Erigo di Tiktok Shop secara keseluruhan tergolong baik. Artinya konsumen Erigo merasa kepercayaan pelanggan mempengaruhi secara positif terhadap user generated dan niat beli kembali. Persentase terendah terdapat pada indikator *integrity*. Hal ini dikarenakan terdapat beberapa responden yang merasa ketika mereka melakukan transaksi pembelian produk di Erigo Store, masih saja terdapat kesalahan dalam pengiriman produk. Meskipun demikian, secara keseluruhan customer trust masih dipersepsikan positif oleh pelanggan, yang menunjukkan bahwa Erigo telah berhasil menciptakan kepercayaan.
2. Berdasarkan tanggapan responden mengenai Niat Beli Kembali pada Konsumen Erigo di Tiktok Shop, secara keseluruhan tergolong baik. Artinya konsumen Erigo merasa memiliki keinginan yang positif untuk beli kembali di masa mendatang. Persentase terendah terdapat pada indikator *preferential interest* (memilih suatu produk sebagai preferensi utama). Hal ini dikarenakan terdapat beberapa responden yang meskipun memiliki pengalaman positif

ketika membeli produk Erigo, merasa kurang yakin atau enggan untuk menjadikan Erigo sebagai pilihan utama ketika mereka membutuhkan atau memilih produk yang sejenis. Meskipun demikian, secara keseluruhan niat beli kembali masih dipersepsikan positif oleh pelanggan, menunjukkan bahwa Erigo telah berhasil menciptakan pengalaman yang cukup memuaskan untuk mendorong pembelian berulang.

3. Berdasarkan tanggapan responden mengenai User Generated Content pada konsumen Erigo di Tiktok Shop secara keseluruhan tergolong baik. Artinya konsumen Erigo merasa puas dengan pengalaman mereka melakukan pembelian yang mana nantinya konsumen tersebut membuat ulasan dari hasil produk yang mereka beli tersebut, yang berpengaruh positif terhadap niat beli kembali. Persentase tertinggi terdapat pada indikator kepuasan dari akun sosial media, sedangkan yang terendah terdapat pada indikator ekspektasi dari akun sosial media. Hal ini dikarenakan terdapat beberapa responden yang merasa bahwa isi dari konten yang dibuat belum bisa memenuhi ekspektasi mereka. Kemungkinan ini disebabkan oleh faktor-faktor seperti tidak adanya inovasi konten yang relevan dengan khalayak umum menyebabkan konsumen merasa bosan dengan isi konten yang dibuat. Meskipun demikian, secara keseluruhan tingkat User Generated Content masih dipersepsikan positif, menunjukkan bahwa Erigo telah berhasil memberikan pengalaman yang memuaskan dalam hal pembelian produk yang nantinya bisa dijadikan ulasan oleh konsumen.

4. Pada penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Customer Trust terhadap Niat Beli Kembali Selanjutnya terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Customer Trust terhadap User Generated Content Selanjutnya terdapat pengaruh positif dan signifikan antara User Generated Content terhadap Niat Beli Kembali.
5. Pada penelitian ini pengaruh simultan antara Customer Trust terhadap Niat Beli Kembali melalui User Generated Content menghasilkan pengaruh yang signifikan dikarenakan didapat hasil. Namun, setelah diuji VAF terdapat hasil mengindikasikan bahwa dampak variabel Customer Trust terhadap Niat Beli Kembali dapat dijelaskan oleh User Generated Content, karena hasil dari uji VAF sesuai dengan ketentuan jika VAF mediasi sebagian.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian tentang Pengaruh Customer Trust terhadap Niat Beli Kembali melalui User Generated Content pada konsumen Erigo di Tiktok Shop, berikut beberapa saran yang perlu dipertimbangkan:

1. Pada Customer Trust, untuk bisa mendapatkan kepercayaan pelanggan terhadap brand Erigo, perusahaan untuk memfokuskan perbaikan pada aspek kualitas dan pengiriman barang. Hal ini dikarenakan masih banyaknya konsumen yang mengeluh terkait kualitas barang yang didapatkan tidak sesuai dan pengiriman barang terkadang terlambat.
2. Pada User Generated Content, agar bisa mendapat citra baik dikalangan pelanggan melalui ulasan, disarankan perusahaan Erigo memberikan reward kepada pelanggan yang membuat ulasan menarik berupa potongan harga atau

gratis ongkir agar pelanggan yang sudah berbelanja bisa memberikan feedback yang baik terhadap perusahaan.

3. Pada Niat Beli Kembali, manajemen disarankan untuk melakukan peningkatan kualitas produk dengan menerapkan inovasi produk dengan desain dan fitur yang sesuai dengan tren terkini dan juga melakukan program loyalitas dengan tujuan untuk mendorong terjadinya pembelian kembali pada produk Erigo.
4. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas cakupan penelitian dengan menambahkan variabel lain seperti kualitas produk, atau keputusan pembelian, yang mungkin mempengaruhi kepercayaan pelanggan dan niat beli kembali. dengan harapan dapat menciptakan pengetahuan baru yang tentunya akan bermanfaat bagi banyak pihak