

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai “Pengaruh *Brand Awareness*, *Online Consumer Review*, Dan *E- Service Quality* Terhadap Pembelian Kembali (Studi Kasus Produk Converse Pada Pelanggan Zalora Di Kota Bandung)” dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari analisis deskriptif pada bab sebelumnya dapat diambil kesimpulan bahwa mayoritas tanggapan responden terhadap variabel *Brand Awareness* pada pelanggan produk Converse pada aplikasi Zalora Kota Bandung, termasuk dalam kategori “Cukup Baik”. Artinya pada pelanggan Zalora Kota Bandung merasakan *Brand Awareness* yang positif terhadap Pembelian Kembali. Persentase tertinggi terdapat pada indikator *Consumption* sedangkan persentase terendah terdapat pada indikator *Recall*.
2. Dari analisis deskriptif pada bab sebelumnya dapat diambil kesimpulan bahwa mayoritas tanggapan responden terhadap variabel *Online Consumer Review* pada pelanggan produk Converse pada aplikasi Zalora Kota Bandung, termasuk dalam kategori “Cukup Baik”. Artinya para pelanggan Zalora Kota Bandung merasakan *Online Consumer Review* yang positif terhadap Pembelian Kembali. Persentase tertinggi terdapat pada indikator *Valence Of Online Review* sedangkan persentase terendah terdapat pada indikator *Review Expertise*.
3. Dari analisis deskriptif pada bab sebelumnya dapat diambil kesimpulan bahwa mayoritas tanggapan responden terhadap variabel *E-Service Quality* pada

pelanggan produk Converse pada aplikasi Zalora Kota Bandung. termasuk dalam kategori “Cukup Baik”. Artinya para pelanggan produk Converse pada aplikasi Zalora Kota Bandung merasakan *E-Service Quality* yang positif terhadap Pembelian Kembali. Persentase tertinggi terdapat pada indikator *Responsiveness* sedangkan persentase terendah terdapat pada indikator *Information quality/benefit*.

4. Dari analisis deskriptif pada bab sebelumnya dapat diambil kesimpulan bahwa mayoritas tanggapan responden terhadap variabel Pembelian Kembali pada pelanggan produk Converse pada aplikasi Zalora Kota Bandung termasuk dalam kategori “Cukup Baik”. Artinya para pelanggan produk Converse pada aplikasi Zalora Kota Bandung memiliki pembelian kembali dalam pembelian produk *Converse*. Persentase tertinggi terdapat pada indikator Minat preferensial sedangkan persentase terendah terdapat pada indikator Minat transaksional.
5. Hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa terdapat Pengaruh *Brand Awareness*, *Online Consumer Review*, Dan *E-Service Quality* Terhadap Pembelian Kembali adalah sebagai berikut:
6. Dari hasil pengujian parsial dapat disimpulkan bahwa variabel *Brand Awareness* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Pembelian Kembali.
7. Dari hasil pengujian parsial dapat disimpulkan bahwa variabel *Online Consumer Review* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Pembelian Kembali.

8. Dari hasil pengujian parsial dapat disimpulkan bahwa variabel *E- Service Quality* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Pembelian Kembali.
9. Dari hasil pengujian simultan yang dilakukan penulis membuktikan adanya pengaruh yang signifikan dan hubungan yang kuat antara variabel *Brand Awareness, Online Consumer Review, Dan E- Service Quality* terhadap Pembelian Kembali, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diamati dalam penelitian ini.

5.2 Saran

Ada beberapa saran yang perlu dipertimbangkan dalam penelitian tentang *Brand Awareness, Online Consumer Review, Dan E- Service Quality* Terhadap Pembelian Kembali pada pelanggan produk Converse pada aplikasi Zalora Kota Bandung, yaitu sebagai berikut:

1. Untuk *Zalora* pada *Brand Awareness* pada produk *Converse* di aplikasi *Zalora* Kota Bandung, disarankan untuk lebih meningkatkan *Recall* melalui Informasi menarik dari produk *Converse* menampilkan tawaran menarik untuk produk *converse*, tampilkan beragam produknya untuk anak sekolah dan dewasa untuk menambah kerennya fashion pelanggan, agar memudahkan konsumen dalam memutuskan pembelian kembali. Karena perkembangan dan ketatnya persaingan akan terus berkembang dan *Zalora* pun harus terus berkembang untuk dapat menyesuaikan dan bertahan.
2. Untuk *Zalora* pada *Online Consumer Review* pada produk *Converse* Kota Bandung, disarankan untuk meningkatkan *Responsiveness* agar pelanggan mendapatkan kemudahan dalam berbelanja online, melakukan transaksi, dan menyampaikan keluhan pada aplikasi *Zalora*.
3. Untuk *Zalora* pada *E-Service Quality* pada produk *Converse* di aplikasi *Zalora* Kota Bandung, disarankan untuk meningkatkan Minat Transaksional melalui tawaran yang lebih menarik, informasi berkualitas dan respon yang cepat mengenai pembelian kembali pada produk *Converse*.

4. Pembelian Kembali berada pada klasifikasi Cukup Baik, sudah seharusnya di tingkatkan dan lebih diperhatikan dengan memperbaiki dan Meningkatkan dalam hal *Brand Awareness, Online Consumer Review, Dan E- Service Quality*.

Untuk peneliti selanjutnya, disarankan agar lebih baik dalam meneliti *Brand Awareness, Online Consumer Review, Dan E- Service Quality* Terhadap Pembelian Kembali pada pelanggan produk Converse pada aplikasi Zalora, sehingga penelitian variabel-variabel ini akan lebih sempurna.