

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa terhadap minat beli ulang. Responden dalam penelitian ini merupakan mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dengan total responden yang diperoleh sebanyak 100 responden. Adapun variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan (X1), *fitur paylater* (X2), promosi (X3) dan kemudahan aplikasi (X4) dan variabel dependen adalah minat beli ulang (Y). Data yang diperoleh dianalisis dengan analisis regresi linier berganda dengan kesimpulan sebagai berikut:

1. Hipotesis pertama (H_1) dalam penelitian ini diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang.
2. Hipotesis kedua (H_2) dalam penelitian ini diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa *fitur paylater* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang.
3. Hipotesis ketiga (H_3) dalam penelitian ini ditolak. Maka dapat disimpulkan bahwa promosi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat beli ulang.
4. Hipotesis keempat (H_4) dalam penelitian ini diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa kemudahan aplikasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang.
5. Hipotesis kelima (H_5) dalam penelitian ini diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan, *fitur paylater*, promosi dan kemudahan aplikasi secara simultan (bersama-sama) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

A. Saran Bagi Peneliti

1. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk dapat menambah variabel independen lain yang merupakan faktor yang mempengaruhi minat beli ulang, seperti persepsi harga dan kualitas produk. Hal ini bertujuan untuk menambah teori dan referensi penelitian selanjutnya.
2. Peneliti selanjutnya dapat menggunakan variabel yang sama tetapi pada perusahaan yang berbeda, sehingga dapat memperoleh hasil yang berbeda, atau menggunakan variabel yang berbeda tetapi perusahaan yang sama.

B. Saran Bagi Perusahaan

Berdasarkan penelitian ini, promosi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat beli ulang. Pengaruh negatif pada promosi disebabkan oleh harga promo, potongan ongkos kirim dan *cashback*. Oleh karena itu, Shopee dapat mengurangi biaya yang digunakan dalam melakukan promosi tersebut dan lebih baik digunakan untuk peningkatan *fitur paylater* dan kualitas pelayanan. Dengan adanya peningkatan pada *fitur paylater* dan kualitas pelayanan maka dapat meningkatkan minat beli ulang pengguna. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang telah diteliti yaitu *fitur paylater* dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap minat beli ulang.

C. Saran Bagi Universitas

Saran bagi Universitas Amikom Yogyakarta, sebaiknya lebih banyak lagi menambahkan buku, majalah, artikel atau jurnal dalam bentuk lainnya untuk membantu kebutuhan referensi mahasiswa pada saat mengerjakan skripsi.