

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada studi kasus ini, data yang telah dibahas pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ulang di Organicbox. Hal ini menunjukkan bahwa saat perusahaan menetapkan keputusan mengenai harga secara tepat dan sesuai maka akan mempengaruhi keputusan pembelian ulang. Sebaliknya jika harga yang diberikan kurang tepat maka keputusan pembelian ulang dapat berkurang pada pembelian di Organicbox.
2. Kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian di Organicbox. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk yang ditawarkan perusahaan dapat memenuhi keinginan, kebutuhan serta kepuasan pembeli, sehingga dapat mempengaruhi keputusan pembelian ulang.
3. Kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian di Organicbox. Hal ini menunjukkan bahwa dengan diberikannya pelayanan yang ramah, cepat serta penanganan masalah yang baik dapat membuat pelanggan nyaman untuk menggunakan atau menikmati produk yang ditawarkan sehingga keputusan pembelian ulang dapat terjadi.
4. *Brand image* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian di Organicbox. Hal ini menunjukkan bahwa *brand image* perusahaan tidak menjadi pertimbangan pelanggan untuk melakukan pembelian di Organicbox
5. *E-WOM* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ulang di Organicbox. Hal ini menunjukkan bahwa ulasan secara online mempengaruhi pelanggan untuk melakukan pembelian ulang di Organicbox.

5.2 Saran

5.2.1 Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil dari penelitian dan analisis data yang telah dilakukan dengan judul “Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Brand Image dan E-WOM Terhadap Keputusan Pembelian Ulang (Studi Terhadap Pembelian secara Online di Organicbox)”, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut :

1. Peneliti menyarankan untuk tetap mempertahankan performa yang baik terkait harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan kepada para pelanggan untuk dapat meningkatkan keputusan pembelian ulang.
2. Peneliti menyarankan untuk aktif untuk meminta *feedback* atau ulasan secara online pada media sosial atau *e-commerce* untuk tetap mempertahankan E-WOM yang telah berjalan.

5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya

Selain itu peneliti juga ingin memberikan saran kepada peneliti selanjutnya, yaitu:

1. Peneliti menyarankan kepada peneliti selanjutnya agar memilih variabel lain atau menambah variabel dan juga menggunakan metode penelitian yang berbeda.
2. Peneliti menyarankan kepada peneliti selanjutnya agar melakukan penelitian produk organik pada toko yang berbeda.