

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian secara simultan dan parsial yang telah dilakukan, dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Hasil analisis secara simultan (Uji F) menunjukkan bahwa variabel *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) dan Kemudahan Penggunaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *Repurchase Intention* pada pelanggan TikTok Shop di Kota Surabaya. Selanjutnya, pada nilai R Square sebesar 0,361 menunjukkan bahwa variabel *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) dan Kemudahan Penggunaan memberikan pengaruh signifikan 36,1% terhadap *Repurchase Intention*. Sedangkan, sisanya 63,9% dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel yang telah digunakan pada penelitian ini.
2. Hasil analisis secara parsial (Uji t) dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:
  - a. *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) berpengaruh secara parsial terhadap *Repurchase Intention* pada pelanggan TikTok Shop di Kota Surabaya. Hasil koefisien regresi sebesar 0,098 membuktikan bahwa variabel *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) memiliki pengaruh positif terhadap *Repurchase Intention*. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa secara parsial variabel *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) berpengaruh signifikan terhadap *Repurchase Intention* pada pelanggan TikTok Shop di Kota Surabaya.

b. Kemudahan Penggunaan berpengaruh secara parsial terhadap *Repurchase Intention* pada pelanggan TikTok Shop di Kota Surabaya. Hasil pada koefisien regresi sebesar 0,265 membuktikan bahwa variabel Kemudahan Penggunaan memiliki pengaruh positif terhadap *Repurchase Intention*. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa secara parsial variabel Kemudahan Penggunaan berpengaruh signifikan terhadap *Repurchase Intention* pada pelanggan TikTok Shop di Kota Surabaya.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijabarkan, dapat ditemukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bisnis melalui *e-commerce* saat ini semakin digemari oleh masyarakat, TikTok Shop perlu memperhatikan secara lebih terkait sistem pengoperasian kedepannya ketika terdapat pembaruan sistem pengoperasiannya untuk tetap memberi kemudahan penggunaan sistem, agar pelanggan dapat melakukan niat beli ulang atau *repurchase intention*.
2. Pada penelitian selanjutnya, disarankan adanya penambahan variabel penelitian sebagai bentuk penyempurnaan penelitian yang lebih dalam lagi dengan variabel yang dekat pada variabel *Repurchase Intention* contohnya loyalitas, kepercayaan, kepuasan dan lain-lain.