

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

4.5 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan PLS untuk menguji pengaruh *gamifikasi*, *live streaming* dan *e-service quality* terhadap minat beli ulang pelanggan shopee pada mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur Fakultas Ekonomi dan Bisnis, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa *gamifikasi* tidak memberikan kontribusi terhadap minat beli ulang pelanggan shopee pada mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Karena meskipun fitur-fitur *gamifikasi* dirancang untuk meningkatkan keterlibatan pengguna, namun elemen-elemen tersebut tidak membuktikan secara efektif mempengaruhi keputusan pembelian ulang, yang mungkin disebabkan oleh faktor lain seperti kualitas produk, harga, dan pengalaman pengguna yang lebih dominan dalam menentukan minat beli ulang di antara mahasiswa.
2. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa *live streaming* mampu memberikan kontribusi terhadap minat beli ulang pelanggan shopee pada mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur Fakultas Ekonomi dan Bisnis. *Live streaming* memungkinkan interaksi langsung antara penjual dan konsumen, yang menciptakan pengalaman berbelanja yang lebih personal dan menarik. Hal ini meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk

yang ditawarkan, serta memberikan kesempatan bagi penjual untuk menjelaskan fitur dan manfaat produk secara real-time. Selain itu, elemen visual dan dinamis dari *live streaming* dapat menarik perhatian konsumen dan mendorong mereka untuk melakukan pembelian, hal ini menunjukkan bahwa *live streaming* berkontribusi pada peningkatan minat beli ulang di kalangan mahasiswa.

3. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa *e-service quality* mampu memberikan kontribusi yang baik terhadap minat beli ulang pelanggan shopee pada mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Dengan adanya kualitas layanan yang semakin baik yang diberikan oleh Shopee, semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan, yang berkontribusi pada keinginan mereka untuk melakukan pembelian ulang.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas maka terdapat beberapa saran bagi pihak-pihak yang berkaitan dalam penelitian ini untuk menjadi bahan pertimbangan atau dimanfaatkan untuk penelitian-penelitian selanjutnya, diantaranya sebagai berikut:

1. Diharapkan shopee dapat memperkuat elemen *gamifikasi* dalam platformnya dengan menambahkan lebih banyak fitur interaktif, seperti tantangan atau kompetisi yang melibatkan pengguna serta mengeksplorasi pengaruh elemen *gamifikasi* yang lebih spesifik, seperti sistem penghargaan, tantangan, dan interaksi sosial, terhadap pengalaman

pengguna dan minat beli ulang, sehingga dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang bagaimana *gamifikasi* dapat digunakan sehingga dapat meningkatkan keterlibatan pelanggan dan mendorong mereka untuk melakukan pembelian ulang, sekaligus menciptakan pengalaman berbelanja yang lebih menarik.

2. Diharapkan shopee untuk terus mengembangkan fitur *live streaming* dengan meningkatkan interaktivitas dan kualitas konten yang disajikan. Mengadakan sesi live dengan host yang menarik, serta menyediakan informasi produk yang jelas dan menarik, akan membantu menarik perhatian lebih banyak pelanggan dan meningkatkan minat beli ulang. Selain itu, penjadwalan sesi live pada waktu-waktu strategis juga dapat meningkatkan jumlah penonton.
3. Shopee harus terus berfokus pada peningkatan kualitas layanan e-service-nya. Ini mencakup respons yang cepat terhadap pertanyaan pelanggan, penyediaan informasi produk yang akurat, serta mempermudah proses transaksi. Dengan meningkatkan *e-service quality*, Shopee dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, yang berkontribusi pada niat beli ulang yang lebih tinggi.
4. Diharapkan kepada peneliti selanjutnya agar dapat memperluas ruang lingkup penelitian serta meneliti pada objek yang berbeda