

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan temuan dari penelitian ini, kesimpulannya adalah sebagai berikut :

1. Hasil analisis pengujian secara simultan (Uji F), diketahui bahwa *E-service quality* (X1), *Customer experience* (X2), dan *Customer Satisfaction* (X3) secara simultan berpengaruh terhadap Niat Pembelian Ulang (Y) studi pada pengguna aplikasi *Alfagift*.
2. Hasil analisis uji t secara parsial menunjukkan bahwa *E-service quality* (X1) berpengaruh terhadap Niat Pembelian Ulang (Y) studi pada pengguna aplikasi *Alfagift*.
3. Hasil analisis uji t secara parsial menunjukkan bahwa *Customer experience* (X2) berpengaruh terhadap Niat Pembelian Ulang (Y) studi pada pengguna aplikasi *Alfagift*.
4. Hasil analisis uji t secara parsial menunjukkan *Customer Satisfaction* (X3) tidak berpengaruh terhadap Niat Pembelian Ulang (Y) studi pada pengguna aplikasi *Alfagift*.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil, pembahasan, dan kesimpulan dari penelitian ini, peneliti mengajukan beberapa saran sebagai berikut :

1. Pengelola aplikasi *Alfagift* disarankan untuk terus meningkatkan kualitas layanan digital, terutama kemudahan penggunaan, kecepatan akses, dan keadandalan sistem, serta mengoptimalkan fitur interaktif dan program loyalitas untuk meningkatkan kepuasan dan niat pembelian ulang.
2. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan metode campuran dan memperluas lokasi serta segmen konsumen, agar hasilnya lebih komprehensif dan dapat digeneralisasi, serta menyesuaikan dengan perkembangan teknologi dan tren pemasaran digital.