

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Pembelian Ulang konsumen pada aplikasi E-Commerce SOCO by Sociolla di Kota Surabaya dilakukan, diperoleh beberapa temuan yang dapat dirangkum sebagai berikut:

1. Variabel Citra Merek (X1) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Pembelian Ulang (Y) pada konsumen aplikasi e-commerce SOCO by Sociolla di Kota Surabaya. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin baik citra merek yang dimiliki SOCO by Sociolla, maka semakin tinggi kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian ulang. Kondisi ini didukung oleh penilaian responden yang menunjukkan bahwa konsumen mengenali SOCO by Sociolla dengan baik, memiliki pandangan yang positif terhadap merek, serta menilai merek tersebut menarik dan memiliki kualitas yang baik.
2. Variabel Persepsi Harga (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pembelian Ulang (Y) pada konsumen aplikasi e-commerce SOCO by Sociolla di Kota Surabaya. Hasil tersebut menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap harga yang ditawarkan dapat mendorong keinginan konsumen untuk melakukan pembelian kembali. Responden mempertimbangkan beberapa aspek, seperti keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas dan manfaat produk, kewajaran harga, serta kemampuan harga SOCO by Sociolla dalam bersaing dengan platform atau toko lainnya.

3. Variabel Kualitas Pelayanan (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pembelian Ulang (Y) pada konsumen aplikasi e-commerce SOCO by Sociolla di Kota Surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin besar kemungkinan konsumen untuk melakukan pembelian ulang. Pernyataan tersebut didukung oleh penilaian responden terhadap kemampuan SOCO by Sociolla dalam memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap, memberikan perhatian kepada konsumen, memberikan pelayanan secara andal, memberikan jaminan dalam proses pelayanan, serta menyediakan tampilan dan fasilitas aplikasi yang mendukung kenyamanan konsumen.
4. Variabel Citra Merek (X1), Persepsi Harga (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pembelian Ulang (Y) pada konsumen aplikasi e-commerce SOCO by Sociolla di Kota Surabaya. Hal tersebut menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut secara bersama-sama memiliki peran dalam meningkatkan kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian ulang. Dengan adanya citra merek yang baik, persepsi harga yang sesuai dengan harapan konsumen, serta kualitas pelayanan yang baik, konsumen akan memiliki kecenderungan yang lebih tinggi untuk kembali melakukan pembelian melalui aplikasi e-commerce SOCO by Sociolla.

5.2 Saran

a. Bagi Perusahaan

Bagi pihak SOCO by Sociolla, diharapkan dapat mempertahankan serta meningkatkan citra merek yang telah terbentuk dengan baik di kalangan konsumen. Hal tersebut dapat dilakukan melalui peningkatan kualitas produk

yang ditawarkan, penyediaan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen, serta mempertahankan identitas merek yang mudah dikenali dan memiliki citra positif. Selain itu, perusahaan juga perlu memperhatikan persepsi konsumen terhadap harga dengan memberikan harga yang sesuai dengan kualitas dan manfaat produk, serta menawarkan berbagai promo atau program yang dapat meningkatkan ketertarikan konsumen untuk melakukan pembelian ulang. Dalam aspek kualitas pelayanan, SOCO by Sociolla diharapkan dapat terus meningkatkan kecepatan dan ketanggapan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen, memberikan informasi yang jelas, serta menangani pertanyaan maupun keluhan konsumen dengan baik

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi pembelian ulang konsumen, seperti kepercayaan konsumen, promosi, kepuasan pelanggan, kemudahan penggunaan aplikasi, maupun pengalaman pelanggan. Penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan cakupan responden dan wilayah penelitian yang lebih luas agar hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang lebih beragam.