

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. *Brand awareness* berpengaruh signifikan terhadap pembelian ulang pada *E-commerce* Tokopedia di Jawa Tengah.
2. *Brand image* tidak berpengaruh signifikan terhadap pembelian ulang pada *E-commerce* Tokopedia di Jawa Tengah.
3. *Perceived quality* berpengaruh signifikan terhadap pembelian ulang pada *E-commerce* Tokopedia di Jawa Tengah.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

Tokopedia disarankan untuk terus meningkatkan *brand awareness* melalui strategi promosi yang konsisten, program loyalitas, serta kampanye digital yang relevan dengan kebutuhan konsumen. Selain itu, perusahaan perlu menjaga *perceived quality* melalui kecepatan pengiriman, keamanan transaksi, dan pengalaman belanja yang nyaman. Meskipun *brand image* tidak terbukti berpengaruh

signifikan, Tokopedia tetap perlu mempertahankan citra positif perusahaan untuk mempertahankan loyalitas pelanggan jangka panjang.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini terbatas pada pengguna Tokopedia di Jawa Tengah, sehingga penelitian berikutnya dapat memperluas responden agar lebih representatif. Disarankan juga menambahkan variabel lain, seperti harga, promosi, atau kepuasan pelanggan untuk memperkaya pemahaman tentang faktor yang memengaruhi pembelian ulang di *e-commerce*.