

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan tujuan dari penelitian ini dimana untuk melihat pengaruh variabel *customer experience* dan variabel *electronic word of mouth* terhadap variabel *repurchase intention* pada produk di *Online Travel Agent* Traveloka melalui aplikasi atau web maka berdasarkan hasil penelitian tersebut, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil uji T pada variabel *customer experience* (X1) diperoleh $t_{hitung} 5.541 > t_{tabel} 1.984$ dan nilai sig. $0.000 < \text{nilai alpha } 0.05$ yang berarti variabel *customer experience* berpengaruh positif dan signifikan pada variabel *repurchase intention*. Artinya *customer* OTA Traveloka akan melakukan *repurchase intention* apabila *customer* mendapatkan pengalaman atau *experience* yang baik dan berkesan pada saat melakukan proses pemesanan hingga selesai.
2. Hasil uji T pada variabel *electronic word of mouth* (X2) diperoleh $t_{hitung} 5.317 > t_{tabel} 1.984$ dan nilai sig. $0.000 < \text{nilai alpha } 0.05$ yang berarti bahwa variabel *electronic word of mouth* berpengaruh secara positif dan signifikan pada *repurchase intention customer*. Artinya e-WOM yang dapat dilihat melalui media elektronik dapat mempengaruhi minat *customer* untuk *repurchase intention* produk pada OTA Traveloka.
3. Hasil uji F pada kedua variabel independen didapatkan hasil nilai $F_{hitung} 157.337 > F_{tabel} 3.09$ dan nilai sig. $0.000 < \text{nilai alpha } 0.05$ yang artinya *customer experience* dan *electronic word of mouth* secara bersamaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *repurchase intention customer Online Travel Agent* Traveloka .

5.2 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan penelitian, maka penulis memberikan saran yang diharapkan dapat menjadi masukan dan bahan pertimbangan bagi pihak-pihak yang memerlukan. Berikut merupakan saran dari penulis :

1. Untuk memberikan pengalaman yang baik pada customernya, Traveloka diharapkan dapat lebih memberikan dan mempertahankan pelayanan yang baik dari segi kemudahan pengoperasian aplikasi pemesanan, menjaga keamanan data pelanggan, serta *customer service* yang tanggap dan solutif pada permasalahan customer agar dapat memberikan kesan dan pengalaman yang baik pada *customer*.
2. Pihak Traveloka diharapkan agar terus aktif dalam memberikan informasi-informasi terkait produk dan layanan melalui konten yang dibagikan melalui media elektronik agar *customer* tertarik untuk mencari informasi terkait produk pada Traveloka. Dapat menanggapi dan memberikan respon balasan pada komentar *customer* baik yang positif maupun negatif dan selalu menjadikan pelajaran dan masukan bagi kedepannya melalui komentar yang diberikan oleh *customer* melalui media sosial mereka agar kedepannya mendapatkan komentar yang baik.
3. Untuk dapat mempertahankan minat beli ulang customernya, Traveloka diharapkan dapat terus menjaga kepercayaan customer yang sudah pernah melakukan pemesanan pada Traveloka dan terus meningkatkan pelayanannya serta dapat terus memberikan informasi terkait produk dan menerima kritik dan saran yang diberikan oleh customer melalui media elektronik karena pada saat ini e-WOM merupakan salah satu alternatif yang efektif untuk menarik minat *customer* dalam mengambil keputusan terkait produk secara online.