

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dan penelitian diatas, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut ini :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pengalaman pelanggan dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang dengan nilai signifikan $< 0,05$ dan nilai F hitung $> F$ tabel yaitu $811,098 > 3,13$ artinya H_0 diterima dengan menyatakan pengalaman pelanggan dan kualitas layanan secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli ulang. Nilai koefisiensi determinasi (R^2) menunjukkan bahwa hasil uji variabel pengalaman pelanggan dan kualitas layanan secara simultan berpengaruh sebesar 0,960 atau 96% sedangkan sisanya 4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diikuti sertakan dalam penelitian.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pengalaman pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli ulang. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil signifikan untuk variabel pengalaman pelanggan ialah $< 0,05$ dan nilai t hitung $(10,374) > t$ tabel $(1,66757)$. Artinya H_0 diterima dan menyatakan pengalaman pelanggan secara signifikan berpengaruh terhadap minat beli ulang .

3. Hasil penelitian variabel kualitas layanan menunjukkan bahwa berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli ulang. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil signifikansi variabel kualitas layanan ialah $< 0,05$ dan nilai t hitung $(10,332) > t$ tabel $(1,66757)$. Artinya H_0 diterima dan menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli ulang.

B. Saran

1. Bagi Perusahaan

- a. Bagi perusahaan diharapkan lebih memperhatikan aspek *relate experience* (hubungan) dengan membentuk komunitas atau program loyalitas seperti membership card, hal ini dapat memperkuat ikatan emosional dengan pelanggan.
- b. Pada aspek *reliability* (keandalan) sebaiknya perusahaan meningkatkan manajemen inventaris agar produk *Korean Food* yang sedang populer atau banyak di minati selalu tersedia. Hal ini dapat dilakukan dengan menggunakan data penjualan sebelumnya untuk memperkirakan permintaan produk, sehingga ketersediaan barang dapat lebih terjaga dan kebutuhan konsumen dapat terpenuhi.
- c. Memastikan seluruh staf mengetahui detail promosi, agar informasi yang diberikan kepada pelanggan sesuai.

- d. Menyediakan lebih banyak informasi seputar produk dengan mengunggah konten media sosial yang membahas produk secara mendalam dapat meningkatkan minat eksploratif pelanggan.
- e. Dalam minat preferensial rutin melakukan evaluasi dan menerima *feedback* dari pelanggan untuk menjaga standar kualitas produk.
- f. Memberikan pelatihan kepada staf untuk meningkatkan kemampuan berkomunikasi dalam menjelaskan produk atau panduan *self cooking* kepada pelanggan.
- g. Menambahkan petunjuk penggunaan produk dalam bahasa Indonesia untuk memudahkan pelanggan yang kurang mengerti produk Korea

2. Bagi Fakultas Ekonomi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi lingkungan akademis mahasiswa Fakultas Ekonomi, khususnya bidang pemasaran. Mendukung pemahaman proses belajar mengajar serta dapat meningkatkan kinerja dosen, karyawan, dan mahasiswa agar menjadi lebih berkualitas pada pengembangan belajar mengajar.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk menambahkan variabel lain yang mungkin dapat mempengaruhi minat beli ulang, seperti harga dan lokasi untuk memperluas analisis. Harga merupakan variabel yang bersifat relatif, setiap pelanggan memiliki persepsi yang berbeda-beda terhadap mahal atau terjangkau suatu produk.

Sepengetahuan penelitian saya ada beberapa pelanggan yang berpendapat bahwa produk Korean Food di MTV memiliki harga yang terjangkau, begitupun sebaliknya. Oleh karena itu penting untuk meneliti variabel harga agar dapat mengetahui persepsi tersebut. Variabel lokasi perlu diteliti karena keberadaan toko MTV *K-Mart* sering kali tidak terlihat oleh pelanggan, sehingga dapat mempengaruhi tingkat kunjungan dan minat beli. Menambah jumlah responden yang lebih luas agar mendapatkan hasil yang lebih general



