

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **4.1 Kesimpulan**

Hasil analisis di atas menghasilkan solusi permasalahan dalam meningkatkan Minat Beli Ulang dengan meningkatkan *Sales Promotion* sebagai bentuk metode penjualan dan mempertahankan keberagaman produk-produk yang berkualitas yang dapat memberikan pengaruh terhadap terciptanya Kepuasan Pelanggan dan meningkatkan minat beli ulang konsumen. Berdasarkan dari hasil penelitian di atas dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Sales Promotion* berpengaruh terhadap Minat Beli Ulang. Semakin baik *Sales Promotion* maka semakin tinggi minat beli ulang dan sebaliknya semakin kurang baik *Sales Promotion* maka semakin rendah minat beli ulang
2. Keragaman Produk berpengaruh terhadap Minat Beli Ulang. Semakin tinggi Keragaman Produk maka semakin tinggi minat beli ulang dan sebaliknya semakin kurang Keragaman Produk maka semakin rendah minat beli ulang
3. *Sales Promotion* berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Semakin baik *Sales Promotion* maka semakin tinggi Kepuasan Pelanggan dan sebaliknya semakin kurang baik *Sales Promotion* maka semakin rendah kepuasan pelanggan

4. Keragaman Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Semakin tinggi Keragaman Produk maka semakin tinggi Kepuasan Pelanggan dan sebaliknya semakin kurang Keragaman Produk maka semakin rendah Kepuasan Pelanggan.
5. Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Minat Beli Ulang. Semakin tinggi Kepuasan Pelanggan maka semakin tinggi minat beli ulang dan sebaliknya semakin rendah Kepuasan Pelanggan maka semakin rendah minat beli ulang.

#### **4.2 Saran**

Berdasarkan hasil uji statistik yang telah dilakukan, maka saran yang bisa dilakukan antara lain sebagai berikut:

1. Bagi pengusaha rekanan Shopee untuk memperhatikan keragaman produk yang harus ditingkatkan dan tetap mempertahankan kualitas mengingat keragaman produk dapat membuat konsumen puas.
2. Bagi pengusaha rekanan Shopee untuk memperhatikan keberagaman produk yang harus ditingkatkan dan tetap mempertahankan kualitas mengingat keragaman produk dapat berimbas pada minat pembelian ulang.
3. Bagi pengusaha seharusnya rekanan Shopee meningkatkan promosi penjualan produk dengan demikian dapat berdampak pada Kepuasan Pelanggan.
4. Bagi pengusaha seharusnya rekanan Shopee meningkatkan promosi penjualan produk dengan demikian pelanggan akan kembali membeli produk yang diperjualbelikan.

5. Bagi Shopee, diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan agar dapat memberikan nilai tambah dalam bentuk *repeat order* dan mampu bersaing dengan *market place* lainnya.

### **4.3 Keterbatasan Penelitian**

Berdasarkan simpulan penelitian di atas, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan antara lain:

1. Penelitian ini hanya mengambil sampel sebanyak 100 responden, tentunya masih kurang untuk menggambarkan keadaan yang sesungguhnya.
2. Dalam proses pengumpulan data, informasi yang diberikan responden melalui kuesioner terkadang tidak menunjukkan pendapat responden yang sebenarnya, hal ini mungkin terjadi karena perbedaan pemikiran, anggapan dan pemahaman yang berbeda tiap responden.
3. Respon masih bersifat obyektif karena hanya menggunakan pertanyaan tertutup pada kuesioner yang dibagikan.

### **4.4. Agenda penelitian yang akan datang**

Berdasarkan dari hasil penelitian di atas dapat disarankan agenda penelitian mendatang sebagai berikut:

1. Penelitian selanjutnya diharapkan menambah variabel independen dalam penelitian mengingat sangat banyak variabel yang mempengaruhi Minat Beli Ulang
2. Penelitian yang akan datang diharapkan menambah variabel dari lingkungan eksternal seperti kekuatan pesaing dan sebagainya.

3. Penelitian diharapkan dapat menganalisa secara subyektif persepsi konsumen dengan cara menggunakan pertanyaan terbuka atau ditambah wawancara mendalam pada beberapa responden.