

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat dikemukakan kesimpulan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Kualitas produk berpengaruh positif terhadap minat beli ulang Mixue Ice Cream & Tea di Batam.
2. *Electronic word of mouth* berpengaruh positif terhadap minat beli ulang Mixue Ice Cream & Tea di Batam.
3. Lokasi berpengaruh positif terhadap minat beli ulang Mixue Ice Cream & Tea di Batam.

5.2 Implikasi Praktis

Berdasarkan analisis dan hasil pengujian hipotesis, maka terdapat sejumlah implikasi yang harus diambil manajemen Mixeue Ice Cream & Tea di Batam sebagai upaya menarik perhatian warga Batam untuk melakukan pembelian ulang.

1. Diharapkan kepada manajemen Mixeue Ice Cream & Tea di Batam dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk agar minat beli ulang konsumen tetap tinggi.
2. Diharapkan pihak manajemen untuk memberikan konten-konten yang menarik media sosial, agar konsumen lebih tertarik karena konten-

konten yang menarik sangat berdampak baik bagi minat beli ulang konsumen.

3. Upaya dalam meningkatkan akses lokasi pada Mixue Ice Cream & Tea di Batam dengan memberikan papan nama yang jelas dan besar agar terlihat tidak kebingungan. Hal ini berdasarkan tingkat capaian responden pada semua item pernyataan tergolong tinggi yang mengukur lokasi.
4. Hal lainnya yang harus diperhatikan oleh pihak manajemen Mixue Ice Cream & Tea selalu mendengarkan saran dan masukan yang diutarakan melalui electronic word of mouth agar konsumen selalu merasa terpuaskan.

5.3 Keterbatasan dan Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka beberapa keterbatasan dan saran yang dapat diberikan sebagai berikut :

- 1 Penelitian ini hanya berfokus kepada satu Brand yaitu Mixue Ice Cream & Tea, sehingga hasil penelitian tidak sama dengan produk sejenis lainnya. Dengan demikian, disarankan untuk penelitian selanjutnya agar dapat melakukan penelitian dengan model yang sama terhadap lokasi dan objek yang berbeda seperti Kopi Kenangan, Ai -cha, dan sejenisnya. Penelitian selanjutnya disarankan agar dapat mengembangkan model penelitian ini dengan menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi minat beli ulang maupun variabel yang menjadi akibat dari minat beli ulang.
- 2 Jumlah responden pada penelitian ini hanya sebanyak 100 orang atau masih tergolong rendah. Dengan demikian, disarankan kepada penelitian berikutnya agar dapat menggunakan jumlah responden yang lebih besar.

DAFTAR PUSTAKA

- Adinata, K. J., & Yasa, N. N. K. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Harga Dan Sikap Terhadap Niat Beli Kembali Di Situs Lazada. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*,7(8), 41-53.
- Adriyati, R. And Indriani, F. (2017) ‘Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Citra Merek Dan Minat Beli Pada Produk Kosmetik Wardah’, *Diponegoro Journal Of Management*, 6(4), Pp. 1–14.
- Agung, I. G. A. N. D., Mawardi, M. K. And Nuralam, I. P. (2018) ‘The Effect Of Green Marketing On Brand Image And Purchase Decision (Study On Consumer Of Starbucks Café Ubud, Gianyar Bali)’, *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*, 61(3), Pp. 57–64.
- Angelia, D. (2022, September 1). Indonesia Negara Paling Doyan Boba di Asia Tenggara 2022. *GoodStats*.
- Anggitasari, A. M. And Wijaya, T. (2018) ‘Pengaruh Ewom Terhadap Brand Image Dan Brand Trust, Serta Dampaknya Pada Minat Beli Produk Smartphone Iphone (Studi Pada Masyarakat Di Yogyakarta)’, *Jurnal Manajemen Universitas Negeri Yogyakarta*, 3(2), Pp. 266–275.
- Ardana, Y.A. dan Rastini, N.M. (2018). Peran Brand image Memediasi Pengaruh E-Wom Terhadap Minat Beli Ulang Smartphone Samsung Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 7, No. 11, 5901 – 5929.
- Arifin, E. And Fachrodji, A. (2015) ‘Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Citra Merek Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Ban Achilles Di Jakarta Selatan’, *Jurnal Mix*, 5(1), Pp. 124–143.
- Arifin, S., 2010, Pengaruh Celebrity Endorser Ridho Rhoma dan Rhoma Irama Terhadap Minat Membeli Kartu AS, Malang: Program Studi Sarjana Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Balawera, Asrianto. (2013). Green Marketing dan Corporate Responsibility Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Minat Membeli Produk Organik di Freshmart Kota Manado. *Jurnal EMBA*, Volume 1, Nomor 4, hal. 2117-2129
- Basu, Swasta DH Dan Irawan, 2003, *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi Kedua, Yogyakarta: Liberty.
- Christie, C.N., dan Krisjanti, M.N. (2018). Analisis Pengaruh Electronic Word-OfMouth Dan Brand image Terhadap Niat Pembelian Ulang Pada Merek Smartphone Samsung Dan Iphone. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta Jalan Babarsari 43-44, Yogyakarta
- Cronin, J.J dan Taylor, S.A. (1992). “Measuring Service Quality: A Reexaminataion and Extension”, *Journal of Marketing*, Juny (56): 55-68.

- Eriza, Z. N. (2017) 'Peran Mediasi Citra Merek Dan Persepsi Risiko Pada Hubungan Antara Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Dan Minat Beli (Studi Pada Konsumen Kosmetik E-Commerce Di Solo Raya)', *Komuniti*, 9(1), Pp. 14–24.
- Fandy Tjiptono, 2000. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset
- Fatmaningrum, Sakti Riana, Susanto Susanto, and Muinah Fadhilah. "Pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian minuman Frestea." *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)* 4.1 (2020): 176-188.
- Ferdinand, A. (2002). *Kualitas Strategi Pemasaran: Sebuah studi Pendahuluan*. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 1(1), 107-119
- Fornell, C. 1992. *National Customer Satisfaction Barometer*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Fure, F., Lopian, J., & Taroreh, R. (2015). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Di J.Co Manado. *Jurnal EMBA*, 3(1), 367–377.
- Gauri, D.K., Bhatnagar, A., dan Rao, R. (2008), "Role of Word of Mouth in Online Store Loyalty, Comparing Online Store Ratings with Other E-Store Loyalty Factors", *Communications of The ACM*, Vol. 51, No. 3.
- Ghozali, I. (2016) *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*.
- Goyette, et.al,"e-WOM Scale: Word-of-mouth Measurement Scale e-Service Context".*Journal of Administrative Science* 2016
- Hamdani, N. A. And Maulani, G. A. F. (2018) 'The Influence Of E-Wom On Purchase Intentions In Local Culinary Business Sector', *International Journal Of Engineering & Technology*, 7(29), Pp. 246–250.
- Hasan, Ali (2013:173). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan, Analisis Perilaku Konsumen*.Yogyakarta: CAPS
- Hasan, Ali. 2018. *Marketing dan Kasus- Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Heru, S. (1999). Hubungan antara kualitas & kepuasan pelanggan dalam pembentukan intensi pembelian pelanggan: Studi pada empat industri jasa di semarang. *Jurnal Bisnis Strategi*, 2(4).
- Hurriyati, Ratih. (2010). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung : Alfabeta
- Jalilvand, M. R. And Samiei, N. (2012) 'The Effect Of Electronic Word Of Mouth On Brand Image And Purchase Intention An Empirical Study In The Automobile', *Marketing Intelligence & Planning*, 30(4), Pp. 460–476.
- Justika, U. (2021). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Persepsi Nilai Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Shopee (Studi Kasus Pada Pengguna Shopee Di Kec. Kramat Jati)* (Doctoral Dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta). Purnomo, A. N. M., & Wijaksana, T. I. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Bbq Mountain Boys Burger Bandung. *Eproceedings Of Management*, 9(1).
- Karundeng, N., Kalangi, J. A., & Walangitan, O. F. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap

Minat Beli Konsumen Pada Home Industri Pia Deisy Desa Kapitu Kecamatan Amurang Barat. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 8(2), 83-90.

- Kinncar, Thomas C, Dan Taylor, James R., (1995). *Riset Pemasaran*, Edisi Tiga, Jakarta: Erlangga
- Kotler Philip, Amstrong Gary. 2013. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi ke-12. Penerbit Erlangga
- Kotler, & Amstrong. (2012). *Manajemen Pemasaran (2nd Ed.)*. Bumi Aksara.
- Kotler, Philip. (2007). *Manajemen Pemasaran, Jilid Satu*. Terjemahan, Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Krisdayanto, I., Haryono, A. T., & Gagah, E. (2018). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Di I Cafe Lina Putra Net Bandungan. *Journal Of Management*, 4(4).Putri, D. F., & Sumaryono, S. (2021). Peran Persepsi Terhadap Electronic Service Quality Dan Electronic Word-Of Mouth (E-Wom) Terhadap Intensi Pembelian Ulang Melalui E-Commerce. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan*, 9(2), 164-171.
- Kuncoro, M. (2013). *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi (3rd Ed.)*. Erlangga
- Kunja, S. R. And GVRK, A. (2018) ‘Examining The Effect Of Ewom On The Customer Purchase Intention Through Value Co-Creation (VCC) In Social Networking Sites (Snss) A Study Of Select Facebook Fan Pages Of Smartphone Brands In India’, *Management Research Review*, 5(12), Pp. 1–26.
- Kurnianingsih, W., & Sugiyanto, S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Nestle Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional HUMANIS 2019*, 1(1), 510–524
- Lembang, R. D., & Sugiono, S. (2010). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Dan Cuaca Terhadap Keputusan Pembelian Teh Siap Minum Dalam Kemasan Merek Teh Botol Sosro (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi S1 Reguler II Universitas Diponegoro) (Doctoral dissertation, Perpustakaan Fakultas Ekonomi UNDIP
- Lestari, N. I., & Iswati, H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Ukm Dan Media Sosial Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Kurs: Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan Dan Bisnis*, 6(1), 24-40.
- Lin, T.M.Y., Lu, K.Y., dan Wu, J.J. (2012), “The Effect of Visual Information in eWOM Communication”, *Journal of Research in Interactive Marketing*, Vol. 6, No. 1, pp.7-26.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Salemba Empat, Jakarta
- Mutakim, I. (2022). Pengaruh Cita Rasa, Citra Merek Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Kelanting Singkong Yanti Di Dusun Baras Desa Karangmulyo Kecamatan Sudimoro Kabupaten Pacitan (Doctoral Dissertation, Universitas Nasional).
- Nurfaizin, N. (2019). Uji Validitas Konstruk Self Control Terhadap Prokrastinasi Akademik Dengan Metode Confirmatory Factor Analysis (CFA). *Jurnal*

Pengukuran Psikologi Dan Pendidikan Indonesia (JP3I), 7(1), 41–48.
<https://doi.org/10.15408/jp3i.v7i1.12107>

- Oetomo, R. A., & Nugraheni, R. (2012). Analisis Pengaruh Keragaman Menu, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Pada Restoran Waroeng Taman Singosari Semarang) (Doctoral Dissertation, Fakultas Ekonomika Dan Bisnis).
- Rachmawan, R. F., Rachma, N. And Hufron, M. (2018) ‘Pengaruh Iklan Internet Dan Electronic Word Of Mouth (EWOM) Terhadap Minat Beli Situs Online Shopee Pada Mahasiswa Di FEB Manajemen Universitas Islam Malang’, E – Jurnal Riset Manajemen UNISMA, 7(12), Pp. 84–95.
- Ramadhan, A. G., & Santosa, S. B. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang pada Sepatu Nike Running di Semarang melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal Of Managementmanagement*, Vol. 6 (1)
- Saidani, B., & Arifin, S. (2012). Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dan minat beli pada ranch market. *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 3(1), 1-2
- Samuel, H., dan Lianto, A. S. 2017. Pengaruh Analisis eWOM, Brand Image, Brand Trust dan Minat Beli Produk Smartphone di Surabaya. *Jurnal Universitas Kristen Petra Surabaya*, 8 (2): 47-54.
- Sanjaya, K. D. A., & Ardani, I. G. A. K. S. (2018). Pengaruh Brand Image Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Niat Beli Ulang (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Santi, E. R., & Supriyanto, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, Dan Promosi Online Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Sate Taichan Banjar D’licious). *Jurnal Sains Manajemen Dan Kewirausahaan*, 4(1), 47-56.
- Saputra, I. K. A., & Widagda K, I. G. N. J. A. (2020). Brand Image, Product Knowledge, Dan Electronic Word of Mouth Berpengaruh Terhadap Purchase Intention. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(3), 1129.
<https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i03.p16>
- Sari, D. Y. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Reputasi Perusahaan, Atribut Produk Dan Cita Rasa Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Teh Botol Sosro Ulang Konsumen Teh Botol Sosro Ulang Konsumen Teh Botol Sosro Jember.
- Sekaran, Uma, 2006, *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*, Buku 1 Edisi Keempat, Salemba Empat, Jakarta.
- Setiawan, W., & Safitri, K. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Beras Batang Gadis Di Agen S. Riyadi Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Mea (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 3(3), 223-231
- Sherinita, S. (2023). Pengaruh E-Wom Dan Iklan Social Media Terhadap Niat Beli Ulang Produk Mie Gacoan Yang Dimediasi Oleh Brand

Loyalty (Doctoral Dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).

- Simarmata, M. (2018). Pengaruh Reputasi Toko, Kualitas Produk Dan Servicecape Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Distro Screamous Bandung (Doctoral Dissertation, Universitas Widyatama).
- Solihin, F. Et Al. (2019) 'The Effect Of Green Marketing Strategy On Purchasing Decisions : A Review Of Previous', International Journal Of Scientific & Technology Research, 8(12), Pp. 3662–3665.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. ALFABETA.
- Suratno, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Kedai Pancing, Jl. Pemuda No, 14 Gomong Kota Mataram Nusa Tenggara Barat. Diterbitkan. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Mataram.
- Tjiptono, F. dan Chandra, G. 2013. Service, Quality & Satisfaction. Yogyakarta: ANDI.
- Watu, M. D. N., Suprpto, H., & Sugandini, D. (2021, November). Peran Mediasi Kepercayaan Pada Pengaruh Kualitas Website Dan E-Wom Terhadap Minat Beli Ulang Di Tokopedia Oleh Konsumen Online Generasi Milenial Di Daerah Istimewa Yogyakarta. In Seminar Nasional Informatika (Semnasif) (Vol. 1, No. 1, Pp. 337-351).
- Wibisana, F. Z., & Sri Padmantlyo, M. B. A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Dan E-Wom Terhadap Niat Beli Ulang (Doctoral Dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Wibowo . (2015) . Perilaku Dalam Organisasi. Edisi Kedua. Jakarta: PT Raja Grafindo Persad