

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah dilakukan, maka berikut ini dapat dikemukakan beberapa kesimpulan penelitian sebagai berikut:

1. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Ulang cat tembok merek Jotun di Kota Padang.
2. *Brand Image* tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian ulang cat tembok merek Jotun di Kota Padang.
3. Kepuasan Konsumen tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Ulang cat merek jotun di Kota Padang.
4. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada cat tembok merek Jotun di Kota Padang.
5. *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada cat tembok merek Jotun di Kota Padang.
6. Kepuasan Konsumen tidak berpengaruh Sebagai Variabel Intervening Antara Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang pada cat tembok merek Jotun di Kota Padang.
7. Kepuasan Konsumen tidak berpengaruh Sebagai Variabel Intervening Antara *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Ulang cat tembok merek Jotun di Kota Padang.

## 5.2 Implikasi penelitian

Berdasarkan kesimpulan hasil pengujian hipotesis dapat diajukan beberapa implikasi penting yang dapat berkontribusi secara :

1. Teoritis, didalam tahapan pengujian hipotesis terlihat bahwa kualitas produk dapat meningkatkan keputusan konsumen dalam melakukan pembelian ulang, hal tersebut dapat memicu meningkatnya kualitas produk yang secara langsung berdampak pada keputusan pembelian ulang. Oleh sebab itu sangat penting bagi perusahaan untuk memberikan suatu produk yang mempunyai nilai lebih untuk meningkatkan kualitas produk agar konsumen tersebut loyal, dan melakukan pembelian kembali.
2. Teoritis, didalam tahapan pengujian hipotesis terlihat bahwa *Brand Image* tidak selalu harus ditingkatkan dalam membentuk keputusan konsumen dalam melakukan pembelian ulang, karena pada umumnya keputusan pembelian ulang terbentuk apabila konsumen telah merasa terpuaskan. Oleh sebab itu sangat penting bagi perusahaan untuk membangun Brand Image yang baik, sehingga Brand Image dari cat tembok merek Jotun selalu diingat oleh konsumen.
3. Teoritis, didalam tahapan pengujian hipotesis terlihat bahwa keputusan pembelian ulang tidak selalu harus ditingkatkan dalam membentuk keputusan konsumen dalam melakukan pembelian ulang, karena pada umumnya keputusan pembelian ulang terbentuk apabila konsumen telah merasa terpuaskan. Oleh sebab itu sangat penting bagi perusahaan untuk meningkatkan kepuasan konsumen dengan melakukan berbagai inovasi baru terhadap produk jotun.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan penelitian dan kesimpulan di atas maka dapat diberikan saran-saran sebagai berikut:

- a. Variabel yang digunakan untuk penelitian ini sangat sedikit, yaitu hanya empat variabel, oleh sebab itu pada penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lainnya yang berhubungan dengan Keputusan Pembelian Ulang. Sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih luas mengenai faktor apa saja yang mempengaruhi Keputusan Pembelian Ulang selain *Brand Image*, Kualitas Produk, dan kepuasan Konsumen.
- b. Disarankan untuk PT Jotun Indonesia untuk meningkatkan lagi *Brand Image* dari perusahaan dengan cara melakukan promosi, seperti periklanan diberbagai media, dan pemasangan bener di berbagai tempat, sehingga masyarakat semakin mengetahui berbagai informasi mengenai cat tembok merek Jotun yang dapat berpengaruh pada citra merek dari cat jotun tersebut.
- c. Disarankan untuk PT Jotun Indonesia untuk meningkatkan lagi inovasi serta manfaat tambahan dari cat jotun, agar terciptanya kepuasan konsumen terhadap produk dari PT Jotun Indonesia tersebut dan mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian kembali.