

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

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

1. Variasi produk berpengaruh positif terhadap Minat Beli Ulang produk Ms Glow di Kota Padang
2. Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Minat Beli Ulang produk Ms Glow di Kota Padang

##### **5.1.1 Implikasi**

Berdasarkan hasil kesimpulan dari pengujian hipotesis maka dapat diajukan beberapa implikasi penting yang tentunya dapat bermanfaat bagi:

1. Perusahaan disarankan meningkatkan variasi produk yang sesuai dengan kebutuhan para konsumen, serta lebih meningkatkan kualitas produk yang lebih baik dan higienis lagi agar para konsumen tetap tertarik kepada produk Ms Glow, penelitian ini dapat menjadi pedoman dalam mengambil keputusan dalam membeli produk Ms Glow.
2. Penjual yang berperan sebagai pelaku bisnis dapat memberikan informasi yang jelas dan jujur kepada konsumen mengenai produk yang akan ditawarkan.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil pembahasan dan hasil analisis keseluruhan yang telah dilakukan penulis dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya

1. Pada penelitian ini peneliti sebelumnya menggunakan sampel sebanyak 60 orang untuk penelitian selanjutnya ada baiknya ditambahkan lagi agar penelitiannya semakin bagus.
  2. Peneliti menggunakan SPSS dalam pengolahan data disarankan untuk peneliti selanjutnya yang akan meneliti agar menggunakan PLS.
  3. Bagi peneliti selanjutnya alangkah baiknya apabila memperluas variabel yang diamati. Dengan menambahkan beberapa variabel yang cocok. Dengan harapan hasil penelitian selanjutnya dapat lebih baik.
2. Bagi Perusahaan

Dengan adanya hasil penelitian dari variabel Variasi Produk perusahaan disarankan menciptakan beberapa variasi ukuran dimulai dari yang kecil (travel size) hingga yang besar sesuai dengan kebutuhan para konsumen, maka minat beli ulang konsumen akan meningkat. Pada variabel Kualitas produk disarankan perusahaan agar kualitas produk yang disediakan lebih baik lagi agar menarik dan mempengaruhi minat beli ulang konsumen untuk melakukan pembelian kembali.

### **5.3 Keterbatasan**

Penelitian ini hanya meneliti dari variabel variasi produk dan kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli ulang, sedangkan seharusnya masih ada beberapa faktor lainnya yang mempengaruhi seseorang dalam minat beli ulang produk Ms Glow di Kota Padang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahwal, Y. D. (2021). Kajian Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Gieselin Food Sukser Makmur Di Jember. *Vol.2 No.1 Juni 2021*, 181-190.
- Ananda, A. N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Nature Republic. . 1440–1449.
- britt, I. &. (2012).
- Budiatmo, S. A. (n.d.). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Holland Bakery Pandanaran Semarang. *Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. IX, No. IV*, 375-485.
- Ghassani, M. T. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Bandeng Juwana Vaccum Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pelanggan Pt. Bandeng Juwana Elrina Semarang). *Diponegoro Journal Of Social And Political Science* , 1-8.
- Hermanto, K. &. (2015). engaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli ulang fast food ayam goreng tepung di kalangan mahasiswa universitas kristen petra surabaya. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 361–387.
- Hidayah, A. W. (2020). MENINGKATKAN MINAT BELI PRODUK SHOPEE MELALUI CELEBRITY ENDORSER. *Jurnal Bisnis Terapan, Volume 04 Nomor 01 (Juni, 2020)* , 37-46.
- ingsih, M. &. (2020). engaruh Variasi Produk Dan Fasilitas Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Ilo Peta Kota Bima. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, 4(3), 280–285.
- Isfiandi &, A. M. (2019). effect of product variation, price, and customer experience on purchase decision of ceramic mulia tile at pt. surya asia abadi in pekanbaru. *Vol. 4 No. 1, Juni 2019* , (114-129).
- Kenly Hermanto, I. C. (n.d.). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Fast Food Ayam Goreng Tepung Di Kalangan Mahasiswa Universitas Kristen Petra Surabaya. 561-573.
- Kotler, d. K. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P. &. (2006). (diterjemahkan oleh Bob Sabrana) *Manajemen pemasaran. Edisi 13. Jilid 1*,. Erlangga.
- Kotler, P. &. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran, jilid I, edisi kedua belas*. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, P. (2010). *Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 11.* . INDEX.
- Kotler, P. D. (2007). *Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua 1997 Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi.*
- Lestari, B. &. (2021). pengaruh Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Coffeerville-Oishi Pan Magelang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 150–159.
- Marchelyno Sundalangi, S. L. (2014). Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan, Dan Potongan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pizza Hut Manado. *Vol.2 No.1 Maret 2014*, 313-324.
- Mareta, L. P. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Iklan Terhadap Minat Beli Ulang Shampo Rejoice. *Jurnal Ecogen*, 3(3), 400.
- Mowen, J. &. (2012). *Perilaku Konsumen*. Jakarta.
- Mulyani, M. Z. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Lipstik Merek Wardah Pada Mahasiswi Universitas Tadulako Palu. . *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT)*, 1(3), 279–286. .
- Ngatikoh, A. I. (2022). pengaruh variasi produk, harga, dan customer experience terhadap minat beli ulang konsumen roti mawarid di pondok pesantren roudlotul „ulum desa karangtanjung, alian, kebumen. *Jurnal of Management, Economics, and Entrepreneur*, 39-58.
- Penny Rahmawati, M. (2015). pengaruh variasi produk, harga, dan customer experience terhadap keputusan pembelian ulang roti breadtalk yogyakarta . *Volume 12, Nomor 1, Januari 2015*, 89-98.
- Rahmawaty, P. (2015). Pengaruh Variasi Produk, Harga, Dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Roti Breadtalk Yogyakarta. . 89–98.
- Saputra, V. N. (n.d.). Analisis Pengaruh Variasi Produk, Cita Rasa, Dan Higienitas Terhadap Minat Beli Konsumen ( Studi Kasus Pada Ice Cream Zangrandi Surabaya) . 1-14.
- Sugiyono. (2012).
- urbohastuti, A. w. (2020). Meningkatkan Minat Beli Produk Shopee Melalui Celebrity Endorser. *urnal Bisnis Terapan*, 4(1),, 37–46.
- Zahara, M. &. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Lipstik Merek Wardah Pada Mahasiswi Universitas Tadulako Palu. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako Vol. 1, No. 3, September 2015*, , 279-286.

