

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan sebagaimana telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat diketahui kesimpulan dari penelitian ini adalah:

1. Secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang yang dibuktikan dari hasil uji t yang diperoleh nilai t-hitung $>$ t-tabel ($2,025 > 1,984$) dan nilai signifikansi $< 0,05$ ($0,046 < 0,05$).
2. Secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Kepuasan Konsumen terhadap Minat Beli Ulang yang dibuktikan dari hasil uji t yang diperoleh nilai t-hitung $>$ t-tabel ($16,109 > 1,984$) dan nilai signifikansi $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$).
3. Secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen terhadap Minat Beli Ulang yang dibuktikan dari hasil uji F yang diperoleh nilai F-hitung $>$ F-tabel ($1078,602 > 3,09$) dan nilai signifikansi $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$).

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis memberikan saran-saran sebagai upaya meningkatkan minat beli ulang konsumen pada Total Buah Segar adalah sebagai berikut:

1. Total Buah Segar perlu meningkatkan kualitas pelayanan dengan memperbaiki konsistensi produk, ketepatan layanan, dan respons terhadap pelanggan guna membangun kepercayaan serta meningkatkan pengalaman belanja. Selain itu, kepuasan pelanggan dapat ditingkatkan dengan menjaga kesegaran buah, memperbaiki sistem transaksi, dan meningkatkan kualitas layanan secara keseluruhan. Untuk mendorong minat beli ulang, strategi

pemasaran yang lebih menarik perlu diterapkan, seperti menambah variasi produk, menawarkan promo, advertensi yang menarik, dan program loyalitas agar pelanggan tetap tertarik berbelanja kembali.f

2. Untuk peneliti selanjutnya, disarankan menggali lebih banyak referensi terkait minat beli ulang serta mempertimbangkan variabel lain yang berpengaruh guna memperoleh hasil penelitian yang lebih komprehensif.