

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian ulang konsumen pada sebuah ritel modern. Berdasarkan hasil analisis data yang diperoleh melalui metode regresi linier berganda terhadap 170 responden, diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian ulang telur ayam negeri di Toko ABC Retail.
- 2) Kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian ulang.
- 3) Kualitas layanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian ulang.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan serta kesimpulan yang diperoleh, terdapat beberapa saran yang dapat disampaikan baik untuk pihak perusahaan ABC Retail maupun bagi peneliti selanjutnya yang ingin memperluas kajian di bidang serupa.

5.2.1 Saran untuk Perusahaan

1. Toko ABC Retail disarankan untuk menetapkan strategi harga yang fleksibel dan kompetitif, dengan memperhatikan dinamika pasar dan daya beli pelanggan. Memberikan program diskon musiman atau paket bundling juga dapat menjadi strategi yang efektif dalam menarik pembelian ulang.
2. Kualitas produk perlu menjadi perhatian utama dan ditingkatkan secara konsisten, mengingat variabel ini menunjukkan kontribusi yang relatif lebih rendah terhadap pembelian ulang dibandingkan variabel lainnya. Upaya menjaga kualitas produk harus dilakukan secara menyeluruh, mulai dari proses seleksi ketat terhadap pemasok telur yang terpercaya,

pengawasan ketat terhadap kondisi penyimpanan agar kesegaran produk tetap terjaga, hingga memastikan tidak ada telur yang pecah, retak, atau busuk yang sampai ke rak penjualan. Konsistensi dalam menjaga mutu produk sangat penting untuk membangun kepercayaan pelanggan dan meningkatkan loyalitas dalam jangka panjang.

3. Peningkatan kualitas layanan pelanggan harus menjadi prioritas. Pelatihan kepada staf dalam hal komunikasi, kecepatan pelayanan, dan penanganan keluhan pelanggan perlu dilakukan secara berkala untuk menciptakan pengalaman belanja yang menyenangkan.

5.2.2 Saran untuk Peneliti Selanjutnya

1. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar peneliti dapat mengembangkan model penelitian dengan menambahkan variabel intervening mediasi guna memahami lebih dalam mekanisme hubungan antar variabel yang memengaruhi pembelian ulang. Variabel intervening seperti kepuasan pelanggan atau kepercayaan konsumen dapat digunakan untuk melihat apakah pengaruh variabel bebas terhadap pembelian ulang terjadi secara langsung atau melalui variabel lain. Pendekatan ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai proses psikologis dan perilaku konsumen dalam mengambil keputusan untuk melakukan pembelian ulang.
2. Selain itu, penelitian ini memiliki keterbatasan dalam hal cakupan geografis dan jumlah responden yang terbatas pada area tertentu. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas wilayah penelitian ke daerah atau segmen pasar yang berbeda, serta meningkatkan jumlah sampel agar hasil penelitian lebih representatif.