

BAB V

SIMPULAN

5.1. Simpulan

Penelitian ini menguji pengaruh keragaman produk, kualitas pelayanan, dan lokasi terhadap minat beli ulang. Adapun yang menjadi subyek dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian ulang pada Toko U-ang Vapor Kebumen. Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan alat analisis regresi linier berganda dan pembahasan hasil penelitian yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan beberapa hal dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Keragaman produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli ulang pada Toko U-ang Vapor Kebumen, maka dapat disimpulkan variabel keragaman produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, maka dapat disimpulkan hipotesis 1 dapat diterima.
2. Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli ulang pada Toko U-ang Vapor Kebumen, maka dapat disimpulkan variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang, maka dapat disimpulkan hipotesis 2 dapat diterima.
3. Lokasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli ulang pada Toko U-ang Vapor Kebumen, maka dapat disimpulkan variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang, maka dapat disimpulkan hipotesis 3 dapat diterima.

4. Keragaman produk, kualitas pelayanan, dan lokasi mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan atau bersama – sama terhadap minat beli ulang pada Toko U-ang Vapor Kebumen, maka dapat disimpulkan bahwa bahwa variabel keragaman produk, kualitas pelayanan, dan lokasi berpengaruh signifikan minat beli ulang secara simultan. Berdasarkan hasil diatas maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 4 dapat diterima.

5.2. Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pada proses dilakukannya penelitian ini, ada beberapa keterbatasan yang dialami dan dapat menjadi beberapa faktor yang agar dapat untuk lebih diperhatikan bagi peneliti-peneliti yang akan datang dalam lebih menyempurnakan penelitiannya karna penelitian ini sendiri tentu memiliki kekurangan yang perlu terus diperbaiki dalam penelitian-penelitian kedepannya. Beberapa keterbatasan dalam penelitian tersebut, antara lain:

1. Jumlah responden yang hanya 100 orang, tentunya masih kurang untuk menggambarkan keadaan yang sesungguhnya.
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli ulang dalam penelitian ini hanya terdiri dari tiga variabel, yaitu variabel keragaman produk, kualitas pelayanan, dan lokasi sedangkan masih banyak faktor lain yang mempengaruhi minat beli ulang.
3. Dalam proses pengambilan data, informasi yang diberikan responden melalui kuesioner terkadang tidak menunjukkan pendapat responden yang sebenarnya, hal ini terjadi karena kadang perbedaan pemikiran,

anggapan dan pemahaman yang berbeda tiap responden, juga faktor lain seperti faktor kejujuran dalam pengisian pendapat responden dalam kuesionernya, sesuatu yang tidak direncanakan dalam penelitian tapi dilakukan dan sebaliknya.

5.3. Implikasi

Implikasi yang dapat disampaikan sehubungan dengan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

5.3.1. Implikasi Praktis

Berdasarkan atas temuan penelitian yang dibahas pada bab sebelumnya maka ada beberapa implikasi praktis sesuai dengan prioritas yang dapat diberikan sebagai masukan bagi manajemen pada Toko U-ang Vapor Kebumen yaitu sebagai berikut:

1. Hasil penyebaran kuesioner kepada konsumen yang melakukan pembelian ulang pada pada Toko U-ang Vapor Kebumen, respon jawaban terendah dari konsumen mengenai keragaman produk pada Toko U-ang Vapor Kebumen yaitu Toko U-ang Vapor Kebumen menyediakan beragam variasi merek Vapor. Artinya jawaban dari konsumen mengenai point tersebut paling rendah. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner mengenai keragaman produk bisa digunakan untuk pertimbangan bagi manajemen Toko U-ang Vapor Kebumen untuk mempertimbangkan kembali agar menyediakan variasi dengan merek lain yang lebih lengkap

di Kebumen sehingga konsumen lebih banyak pilihan mengenai merek produk sehingga mampu meningkatkan minat beli ulang Toko U-ang Vapor Kebumen, contohnya dari keragaman model dan bentuk produk *Mood* dan *Device* daripada rokok elektrik itu sendiri.

2. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada konsumen yang melakukan pembelian ulang pada Toko U-ang Vapor mengenai kualitas pelayanan bisa digunakan untuk pertimbangan bagi manajemen Toko U-ang Vapor Kebumen untuk mempertimbangkan kembali agar karyawan pada mampu memberikan penjelasan mengenai produk-produk baru, maka dari itu karyawan harus mampu menguasai secara detail mengenai produk yang sedang dicari oleh pelangganya sehingga dari pelayanan tersebut pelanggan merasa dilayani dengan baik. Upaya tersebut perlu dilakukan agar mampu meningkatkan minat beli ulang Toko U-ang Vapor Kebumen.
3. Hasil penyebaran kuesioner kepada konsumen yang melakukan pembelian ulang pada Toko U-ang Vapor Kebumen, respon jawaban terendah dari konsumen mengenai lokasi pada *Walk* Toko U-ang Vapor Kebumen yaitu Toko U-ang Vapor Kebumen mempunyai lokasi yang dapat dilihat dengan jelas dipinggir jalan sehingga mudah ditemui. Artinya jawaban dari konsumen mengenai point tersebut paling rendah. Berdasarkan hasil

penyebaran kuesioner mengenai lokasi bisa digunakan untuk pertimbangan bagi manajemen Toko U-ang Vapor Kebumen untuk membuat baleho, spanduk yang lebih besar sehingga mudah dilihat, atau gambar arah petunjuk lokasi Toko U-ang Vapor Kebumen dipinggir jalan agar lokasinya mudah ditemui konsumen sehingga mampu meningkatkan minat beli ulang pada Toko U-ang Vapor Kebumen.

5.3.2. Implikasi Teoritis

Implikasi teoritis merupakan sebuah cerminan bagi setiap penelitian dimana implikasi teoritis memberikan gambaran mengenai rujukan-rujukan yang dipengaruhi dalam penelitian ini. Untuk lebih jelasnya implikasi teoritis pada penelitian ini yaitu:

1. Pengaruh Keragaman Produk terhadap Minat Beli Ulang.

Berdasarkan hasil analisis untuk variabel keragaman produk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli ulang pada Toko U-ang Vapor Kebumen, sehingga hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Lestari (2017), hasil penelitian membuktikan bahwa keragaman produk berpengaruh terhadap minat beli ulang. Artinya keragaman produk mempunyai hubungan untuk meningkatkan minat beli ulang.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang.

Berdasarkan hasil analisis untuk variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli ulang pada Toko U-ang Vapor Kebumen, sehingga hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ekaprana (2020), hasil penelitian membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat beli ulang. Artinya kualitas pelayanan mempunyai hubungan untuk meningkatkan minat beli ulang.

3. Pengaruh Lokasi terhadap Minat Beli Ulang.

Berdasarkan hasil analisis untuk variabel lokasi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli ulang pada Toko U-ang Vapor Kebumen, sehingga hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan Hidayat (2019), hasil penelitian yang dilakukan oleh Hidayat (2019), menunjukkan adanya pengaruh hubungan positif lokasi dengan minat beli ulang. Artinya lokasi mempunyai hubungan untuk meningkatkan minat beli ulang.

