

## **BAB V**

### **SIMPULAN**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan penelitian di atas tentang pengaruh kualitas produk, variasi produk, dan suasana toko terhadap minat beli ulang BreadLin Bakery cabang Kota Kebumen dengan responden sebanyak 100 orang responden maka dapat diambil kesimpulan adalah sebagai berikut :

1. Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang pada BreadLin Bakery cabang Kota Kebumen. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk dapat mempengaruhi konsumen untuk meningkatkan minat beli ulang, sehingga dapat diartikan bahwa semakin baik kualitas produk yang diberikan oleh BreadLin Bakery cabang Kota Kebumen maka akan meningkatkan terciptanya minat beli ulang konsumen.
2. Hasil analisis menunjukkan bahwa variasi produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang pada BreadLin Bakery cabang Kota Kebumen. Hal ini menunjukkan bahwa variasi produk dapat mempengaruhi konsumen untuk meningkatkan minat beli ulang, sehingga dapat diartikan bahwa semakin banyak dan beragamnya variasi produk yang diberikan oleh BreadLin Bakery cabang Kota Kebumen maka akan meningkatkan minat beli ulang konsumen.
3. Hasil analisis menunjukkan bahwa suasana toko berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang pada BreadLin Bakery cabang Kota Kebumen. Hal ini menunjukkan bahwa suasana toko dapat

mempengaruhi konsumen untuk meningkatkan minat beli ulang, sehingga dapat diartikan bahwa semakin baik suasana toko yang diciptakan oleh BreadLin Bakery cabang Kota Kebumen kepada konsumen maka akan meningkatkan minat beli ulang konsumen.

4. Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas produk, variasi produk, dan suasana toko secara simultan berpengaruh signifikan terhadap terhadap minat beli ulang pada BreadLin Bakery cabang Kota Kebumen. Hal ini menyatakan bahwa semakin baik tingkat kualitas produk, variasi produk, dan suasana toko maka minat beli ulang BreadLin Bakery cabang Kota Kebumen juga akan meningkat.

## **5.2 Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini diupayakan semaksimal mungkin untuk memperoleh hasil yang terbaik, akan tetapi pada kenyataannya penulis menyadari masih banyak kekurangan yang disebabkan oleh keterbatasan, diantaranya :

1. Penelitian ini digunakan untuk konsumen BreadLin Bakery cabang Kota Kebumen, sehingga hasil yang diperoleh terbatas.
2. Penelitian ini belum mengungkap keseluruhan faktor yang mempengaruhi minat beli ulang pada BreadLin Bakery cabang Kota Kebumen. Penelitian ini terbatas pada kualitas produk, variasi produk, dan suasana toko.
3. Pada penelitian ini menjelaskan bahwa 72,1% minat beli ulang pada BreadLin Bakery cabang Kota Kebumen dipengaruhi oleh variabel kualitas produk, variasi produk, dan suasana toko. Penelitian selanjutnya

disarankan untuk mengambil variabel lain karena 27,9% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

### **5.3 Implikasi**

Implikasi dalam penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu implikasi teoritis dan implikasi praktis adalah sebagai berikut:

#### **5.3.1 Implikasi Praktis**

- a. Kualitas produk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli ulang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap minat beli ulang. Hal ini mengandung implikasi supaya kedepannya pihak BreadLin Bakery cabang Kota Kebumen selalu mempertahankan kualitas produknya seperti membuat tampilan produknya menjadi lebih menarik dari segi kemasan atau kebersihan produknya dan aroma yang dikeluarkan lebih menggugah selera konsumen serta mempertahankan rasa yang terdapat di setiap produknya agar konsumen tidak beralih ke produk lain dan kualitas produk yang dipasarkan dapat meningkatkan minat beli ulang bagi konsumen.
- b. Variasi produk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli ulang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variasi produk memiliki pengaruh yang paling besar terhadap minat beli ulang. Oleh karena itu kedepannya pihak BreadLin

Bakery cabang Kota Kebumen untuk bisa mengembangkan variasi produknya agar lebih beragam lagi sehingga semakin banyaknya variasi yang tersedia konsumen akan menarik perhatian konsumen. Selain itu, BreadLin Bakery cabang Kota Kebumen untuk bisa memperhatikan kelengkapan produknya agar konsumen lebih mudah mencari dan mendapatkan produk yang diinginkan.

- c. Suasana toko mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli ulang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa suasana toko memiliki pengaruh yang paling kecil terhadap minat beli ulang. Hal ini mengandung implikasi agar kedepannya pihak BreadLin Bakery cabang Kota Kebumen lebih memperhatikan untuk bisa menciptakan suasana yang nyaman dan menyenangkan kepada konsumen misalnya menambahkan alunan musik yang sesuai, suhu ruangan yang memberikan rasa nyaman, penataan produk yang lebih rapih, atau dengan menambahkan hiasan dinding yang menarik.

### **5.3.2 Implikasi Teoritis**

- a. Kualitas dapat terpenuhi pada saat industri bisa memberikan produk sesuai dengan apa yang diinginkan, dibutuhkan dan diharapkan oleh konsumen. Semakin baik kualitas produk yang diberikan dan sesuai dengan harapan konsumen maka semakin tinggi minat untuk membeli ulang suatu produk. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan

terhadap minat beli ulang. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Made Yuda Sedana Putra, Junaidi Sagir, dan Hilmiati (2021) mendapatkan hasil bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang, sehingga dapat diartikan bahwa hubungan antara variabel kualitas produk dengan minat beli ulang adalah positif dan signifikan.

- b. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variasi produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Budi Lestari dan Ivo Novitaningtyas (2021) menyatakan bahwa variasi produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang, sehingga dapat diartikan bahwa hubungan antara variabel variasi produk dengan minat beli ulang adalah positif dan signifikan.
- c. Suasana toko dapat diartikan bagi sebuah toko untuk memberikan kesan menarik dan nyaman seperti suatu karakteristik fisik toko dimana mendorong daya tarik bagi pelanggan dan menumbuhkan minat membeli sehingga dapat berdampak positif dan pelanggan akan sering kembali. Semakin baik suasana toko yang diciptakan maka semakin tinggi minat beli ulang konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa suasana toko berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang

dilakukan oleh Tanti Manda Sari dan Ajat Sudrajat (2022) mendapatkan hasil bahwa suasana toko berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang, sehingga dapat diartikan bahwa hubungan antara variabel suasana toko dengan minat beli ulang adalah positif dan signifikan.