

BAB V SIMPULAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan analisis data melalui pembuktian terhadap hipotesis dari permasalahan yang diangkat mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian ulang pada Silmi Toserba di Kecamatan Kebumen, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian pada variabel kelengkapan produk menunjukkan terdapat pengaruh antara kelengkapan produk terhadap kepuasan pelanggan pada Silmi Toserba di Kecamatan Kebumen. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi penilaian konsumen terhadap kelengkapan produk, maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan.
2. Hasil penelitian pada variabel harga menunjukkan terdapat pengaruh antara harga terhadap kepuasan pelanggan pada Silmi Toserba di Kecamatan Kebumen. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi penilaian konsumen terhadap harga, maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan.
3. Hasil penelitian pada variabel kelengkapan produk menunjukkan terdapat pengaruh antara kelengkapan produk terhadap keputusan pelanggan melakukan pembelian ulang pada Silmi Toserba. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi penilaian konsumen terhadap kelengkapan produk, maka semakin tinggi pula keputusan pelanggan melakukan pembelian ulang.

4. Hasil penelitian pada variabel harga menunjukkan terdapat pengaruh antara harga terhadap keputusan pembelian ulang pada Silmi Toserba di Kecamatan Kebumen. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi penilaian konsumen terhadap harga, maka semakin tinggi pula keputusan pelanggan untuk melakukan pembelian ulang pada Silmi Toserba.
5. Hasil penelitian pada variabel kepuasan pelanggan menunjukkan terdapat pengaruh antara kepuasan pelanggan terhadap keputusan pembelian ulang pada Silmi Toserba di Kecamatan Kebumen. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi kepuasan pelanggan di Silmi Toserba, maka semakin tinggi pula keputusan pelanggan melakukan disembelih.
6. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kelengkapan produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang melalui kepuasan pelanggan. Kondisi ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dapat memediasi hubungan antara kelengkapan produk dengan keputusan pembelian ulang pada Silmi Toserba di Kecamatan Kebumen.
7. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang melalui kepuasan pelanggan. Kondisi ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dapat memediasi hubungan antara harga dengan keputusan pembelian ulang pada Silmi Toserba di Kecamatan Kebumen.

5.2. Keterbatasan

Penelitian telah dilaksanakan sesuai prosedur ilmiah namun demikian masih memiliki banyak kekurangan dan keterbatasan diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Adanya keterbatasan penelitian dengan menggunakan kuesioner yaitu jawaban responden yang kadang kala tidak menggambarkan jawaban yang sesungguhnya karena perbedaan karakteristik.
2. Penelitian ini hanya dilakukan kepada 100 responden atau sampel dari seluruh pelanggan yang berbelanja di Silmi Toserba sehingga masih sangat lemah untuk dijadikan sebagai sampel penelitian.
3. Hasil penelitian ini belum dapat mengungkapkan secara keseluruhan faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan keputusan pembelian ulang pada Silmi Toserba di Kebumen karena hanya terbatas pada faktor kelengkapan produk dan harga, sedangkan masih banyak variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dan keputusan pembelian ulang.

5.3. Implikasi

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kelengkapan produk dan harga terhadap keputusan pembelian ulang melalui kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasn yang sudah dilakukan pada pembahasan sebelumnya, maka penulis memberikan implikasi praktis dan implikasi teoritis berkaitan dengan hasil penelitian yang sudah dilakukan. Berikut implikasi dari penelitian ini.

5.3.1. Implikasi Praktis

Berdasarkan atas temuan penelitian yang dibahas pada bab sebelumnya, maka peneliti mengajukan beberapa saran yang dapat diberikan sebagai masukan bagi organisasi yaitu sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelengkapan produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan keputusan pembelian ulang, oleh karena itu Silmi Toserba harus bisa mempertahankan kelengkapan produknya. Berdasarkan data kuesioner yang telah disebar, butir pernyataan indikator tentang ketersediaan produk yang dijual ini memiliki hasil skor paling rendah. Hal tersebut dapat diartikan bahwa terkait kelengkapan produk, ketersediaan produk atau stok barang yang disediakan Silmi Toserba itu belum maksimal. Dalam hal ini perusahaan perlu mengatasi permasalahan tersebut dengan mengelola stok barang secara efektif dan efisien, pemantauan permintaan pelanggan, dan meningkatkan rantai pasokan. Ketersediaan produk itu perlu diperhatikan karena akan menciptakan pengalaman berbelanja yang positif bagi pelanggan dan nantinya secara tidak langsung akan mempengaruhi pelanggan untuk melakukan pembelian kembali di masa mendatang.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan keputusan pembelian ulang. Semakin harga itu terjangkau, sesuai dengan kualitas produk, sesuai dengan manfaat dan daya saingnya tinggi, maka kepuasan

pelanggan dan keputusan pembelian ulang akan meningkat. Dalam hal ini Silmi Toserba harus bisa mempertahankan strategi mereka dalam menetapkan harga. Berdasarkan data kuesioner yang telah disebar, butir pernyataan indikator tentang kesesuaian harga dengan kualitas produk yang dijual ini memiliki hasil skor paling rendah. Hal tersebut dapat diartikan bahwa terkait harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk yang disediakan oleh Silmi Toserba itu belum sepenuhnya sesuai atau tidak sebanding. Permasalahan ini dapat menimbulkan ketidakpuasan pelanggan dan menurunkan keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian kembali. Dalam hal ini Silmi Toserba perlu menetapkan harga yang relevan dengan kondisi produk yang ditawarkan, karena pelanggan akan lebih teliti dalam melakukan pembelian suatu produk dengan berusaha membandingkan harga yang ditetapkan perusahaan dengan kualitas produknya.

3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang. Dalam hal ini Silmi Toserba perlu mempertahankan kepuasan pelanggan karena dapat memotivasi pelanggan melakukan pembelian kembali. Silmi Toserba dapat mempertahankan kepuasan pelanggan dengan mempertahankan dan meningkatkan terkait faktor kelengkapan produk dan harga. Silmi Toserba dalam ini harus bisa menciptakan pengalaman berbelanja yang positif

kepada pelanggan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan saat atau setelah berbelanja di Silmi Toserba. Saat pelanggan merasa memiliki pengalaman positif saat berbelanja maka pelanggan akan termotivasi untuk melakukan pembelian ulang dengan sendirinya di Silmi Toserba.

5.3.2. Implikasi Teoritis

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan simpulan yang telah diuraikan di atas, maka implikasi teoritis yang dapat dikemukakan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kelengkapan produk dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Silmi Toserba di Kecamatan Kebumen. Penelitian pada variabel kelengkapan produk sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Utami (2010:162) kelengkapan produk adalah kelengkapan yang menyangkut kedalaman, luas, dan kualitas produk yang ditawarkan juga ketersediaan produk tersebut setiap saat di toko. Sedangkan untuk variabel harga didukung teori yang dikemukakan oleh Kotler dan Amstrong (2008: 345) dimana harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu yaitu menurut Nuriah. et,al (2023) yang menyatakan bahwa kelengkapan produk dan harga

berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Apabila barang yang disediakan sudah lengkap maka dapat dipastikan bahwa pelanggan akan merasa puas dan apabila harga yang ditawarkan toko itu terjangkau dan sesuai dengan kualitas produk maka pelanggan juga akan merasa puas.

2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelengkapan produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang pada Silmi Toserba. Penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler & Keller (2012) yang menyatakan kelengkapan produk adalah tersedianya semua jenis produk yang ditawarkan untuk dimiliki, dipakai atau dikonsumsi oleh konsumen yang dihasilkan oleh suatu produsen. Kelengkapan produk juga diartikan sebagai hal yang menyangkut akan kedalaman, luas serta sebuah kualitas produk dan ketersediaan sebuah produk didalam sebuah toko. Temuan tentang kelengkapan produk ini juga di dukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Wati dan Sari (2023) & Ridwan dan Noviarni (2021) yang menyatakan bahwa kelengkapan produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian ulang. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler dan Amstrong (2012) yang menyatakan harga dalam arti sempit ialah jumlah yang

ditagihkan atas suatu produk dan jasa. Lebih luas lagi, harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Ketika harga dirasa sesuai dengan harapan konsumen maka akan menarik minat konsumen untuk membeli produk kembali. Temuan ini juga didukung oleh penelitian Aldiki, Hidayati, dan Anisa (2022) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang.

4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang. Hasil temuan pada variabel kepuasan pelanggan ini didukung oleh teori menurut Tjiptono (2012:301) yang mendefinisikan kepuasan konsumen sebagai situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika konsumen menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik. Selanjutnya untuk variabel keputusan pembelian ulang didukung oleh teori menurut Hawkins (2010:131) dimana pembelian ulang sebagai kegiatan membeli ulang yang dilakukan oleh konsumen terhadap suatu produk dengan merek yang sama tanpa diikuti oleh perasaan yang berarti terhadap produk tersebut, terdapat dua kemungkinan yang menyebabkan seseorang melakukan pembelian kembali suatu produk. Pertama, pelanggan merasa puas dengan pembelian yang pelanggan lakukan. Kedua,

pelanggan merasa tidak puas, tetapi pelanggan tetap melakukan pembelian kembali. Selanjutnya didukung juga teori menurut Quitty et.al (2000) dalam jurnal N. Farida (2014) yang menyatakan kepuasan tinggi bermakna menimbulkan perilaku pembelian ulang untuk masa yang akan datang. Selain itu, penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yaitu menurut Aldiki, Hidayati, dan Anisa (2022) dan Pawarti, Ngatno, Hadi (2022) yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang.

