

BAB V

KESIMPULAN

A. Simpulan

Berdasarkan data analisis dan hasil pembahasan di bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa

1. Analisis deskriptif memberikan gambaran untuk kategori gambaran responden. Melalui penelitian ini diperoleh hasil kategori gambaran responden sebagai berikut.
 - a. Persepsi konsumen terhadap variabel Variasi Produk adalah baik. Nilai kategori gambaran responden indikator brand atau citra produk adalah yang terkecil, yaitu sebesar 68% atau dengan kategori baik. Hasil ini menolak hipotesis yang telah dibuat sebelumnya yaitu persepsi konsumen akan variabel Variasi Produk cukup baik.
 - b. Persepsi konsumen terhadap variabel Harga adalah baik. Indikator dengan nilai kategori gambaran responden yang paling rendah adalah keterjangkauan harga yaitu sebesar 74% yang masuk dalam kategori baik. Hasil ini menolak hipotesis yang telah dibuat sebelumnya yaitu persepsi konsumen akan variabel Harga cukup baik.
 - c. Persepsi konsumen terhadap variabel Promosi adalah baik. Nilai dari kategori gambaran responden indikator iklan adalah yang paling rendah yaitu sebesar 78% atau dengan kategori baik. Hasil ini menolak hipotesis yang telah dibuat sebelumnya yaitu persepsi konsumen terhadap variabel Promosi cukup baik.

- d. Persepsi konsumen terhadap variabel Minat Beli Ulang fashion Cardinal di Lippo Plaza Kota Kupang adalah baik. Indikator dengan nilai terkecil adalah Minat Eksploratif yaitu sebesar 66% atau dengan kategori Cukup Baik. Hasil penelitian ini menerima hipotesis yang telah dibuat sebelumnya yaitu gambaran konsumen akan variabel Minat Beli Ulang fashion Cardinal di Lippo Plaza Kota Kupang Cukup Baik.
2. Variabel Variasi Produk (X_1), Harga (X_2), dan Promosi (X_3) secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang fashion Cardinal (Y) di Lippo Plaza Kota Kupang. Hasil dari penelitian ini yaitu hipotesis diterima.
3. Hasil Koefisien determinasi (R^2) dalam penelitian ini adalah 63% yang merupakan kontribusi dari variabel Variasi Produk, Harga dan Promosi sedangkan 37% sisanya merupakan dari faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini

B. Saran

1. Bagi Lippo Plaza Kota Kupang khususnya pada fashion cardinal, mengingat semakin banyak konsumen yang selektif dalam memilih produk, maka perlu peningkatan strategi dalam bidang promosi agar konsumen lebih tertarik melakukan minat beli ulang. Pada hasil uji deskriptif terdapat indikator minat eksploratif yang paling rendah sebesar 66% dengan kategori Cukup baik. Namun hal yang di sarankan oleh peneliti yaitu di harapkan perusahaan lebih bisa meyakinkan kepada konsumen bahwa produk fashion yang di miliki perusahaan merupakan yang lebih unggul di bandingkan

fashion lainnya. Sehingga konsumen lebih tertarik untuk mencari tau produk fasion cardinal serta lebih tertarik untuk melakukan pembelian.

2. Bagi para peneliti untuk menambah metode lain misalnya, dengan menggunakan analisa uji lainnya sehingga dapat melengkapi hasil penelitian selanjutnya. Dan menggunakan teori-teori baru dan hasil penelitian-penelitian terdahulu supaya memperkuat konsep teori variable penenlitan. Seperti variable kualias produk, presepsti harga, suasana toko terhadap minat beli ulang.