

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

V.1 Simpulan

Melihat dari analisa data dan pembahasan yang telah dilaksanakan melalui analisa deskriptif dan inferensial mengenai kepuasan konsumen, produk, pelayanan, dan harga terhadap pembelian ulang (*repurchase intention*), maka dapat ditarik kesimpulan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh terhadap pembelian ulang, artinya kepuasan konsumen dapat meningkatkan pembelian ulang pada pembelian emas untuk investasi. Produk tidak mempunyai pengaruh kepada pembelian ulang artinya produk tidak dapat meningkatkan ataupun menurunkan pembelian ulang pada pembelian emas untuk investasi. Pelayanan tidak memiliki pengaruh pada pembelian ulang artinya pelayanan tidak mampu meningkatkan ataupun menurunkan pembelian ulang pada pembelian emas untuk investasi. Harga tidak memiliki pengaruh kepada pembelian ulang artinya harga tidak mampu meningkatkan ataupun menurunkan pembelian ulang pada pembelian emas untuk investasi.

V.2 Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian yang sudah dilaksanakan tentunya ditemukan adanya beberapa kendala maupun hambatan. Terutama pada proses pengambilan data, jawaban-jawaban yang diberikan oleh responden melalui kuesioner yang disebarkan, terkadang tidak menunjukkan atau merepresentatifkan pendapat responden yang sebenarnya, sehingga peneliti harus lebih mengkaji lagi apakah responden benar-benar memahami dan mengerti dari makna setiap butir yang terdapat di dalam pernyataan yang diberikan di dalam kuesioner penelitian.

V.3 Saran

Adapun saran yang disampaikan peneliti berdasarkan pembahasan, dan simpulan diatas, antara lain:

- a. Untuk peneliti kedepannya yang ingin membahas dan meneliti tentang penelitian dengan bahasan yang sama, diharapkan untuk dapat menambah variabel independen yang berpotensi untuk meningkatkan pembelian ulang (*repurchase intention*) dan memperluas cakupan wilayah dari objek penelitian. Tujuannya adalah agar penelitian ini dapat lebih berkembang dan bervariasi, dan juga dapat lebih menguatkan lagi mengenai teori kepuasan konsumen dan pembelian ulang.
- b. Bagi pelaku jual-beli emas, berdasarkan hasil penelitian ini peneliti menyarankan agar lebih memperhatikan lagi faktor-faktor yang dapat memicu pembelian ulang (*repurchase intention*) terkait pembelian emas untuk investasi. Karena pembelian ulang merupakan alat ukur keberhasilan suatu produk/layanan yang telah ditawarkan pelaku jual-beli emas kepada para konsumen.