

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Melalui analisis data yang sudah diaplikasikan dengan memakai teknik PLS (Partial Least Squares) pada bab sebelumnya, yang mengkaji pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, dan promosi terhadap minat pembelian ulang pada UMKM Pempek Reggi, dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Kualitas produk terbukti mempunyai dampak signifikan terhadap keinginan konsumen untuk melakukan pembelian ulang. Setiap indikator yang diuji menunjukkan pengaruh positif terhadap minat beli ulang konsumen. Maka dari itu, faktor tersebut dapat menggerakkan konsumen untuk kembali membeli produk Pempek Reggi. Dengan demikian, H0 ditolak dan H1 diterima untuk variabel kualitas produk.
2. Kualitas layanan terbukti mempunyai dampak signifikan terhadap keinginan konsumen untuk melakukan pembelian ulang. Setiap indikator yang diuji menunjukkan pengaruh positif terhadap minat beli ulang konsumen. Maka dari itu, faktor tersebut dapat menggerakkan konsumen untuk kembali membeli produk Pempek Reggi. Dengan demikian, H0 ditolak dan H2 diterima untuk variabel kualitas layanan.
3. Promosi terbukti mempunyai dampak signifikan terhadap keinginan konsumen untuk melakukan pembelian ulang. Setiap indikator yang diuji menunjukkan pengaruh positif terhadap minat beli ulang konsumen. Maka dari itu, faktor tersebut dapat menggerakkan konsumen untuk kembali membeli produk Pempek Reggi. Dengan demikian, H0 ditolak dan H3 diterima untuk variabel promosi.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Pada pengerjaan penelitian ini, peneliti telah mencoba untuk mengikuti pedoman dan ketentuan yang berlaku. Meski demikian, tidak dapat disangkal bahwa penelitian ini masih memiliki sejumlah keterbatasan, di antaranya sebagai berikut, yaitu pada hari pertama hingga hari kedua pengumpulan data, responden cenderung menunjukkan ketidaksediaan untuk mengisi kuesioner yang telah disediakan.

5.3 Saran

1. Saran Teoritis

Diharapkan untuk peneliti yang berencana melaksanakan penelitian berikutnya agar dapat melakukannya dengan mengganti objek penelitian untuk memperluas wawasan dan memperkaya hasil analisis. Peneliti dapat mempertimbangkan untuk mengkaji UMKM di sektor yang berbeda, seperti industri fashion, teknologi, makanan dan minuman, kerajinan tangan, atau jasa. Dengan mengganti objek penelitian, peneliti dapat membandingkan bagaimana kualitas produk, kualitas layanan, dan promosi berperan dalam mempengaruhi minat pembelian ulang pada jenis usaha yang berbeda.

2. Saran Praktis

- a. Berdasarkan temuan bahwa kualitas produk terbukti memberikan peran yang besar terhadap minat konsumen untuk melakukan pembelian ulang. Pempek Reggi sebaiknya terus menjaga dan meningkatkan kualitas produknya. Seperti, tetap menjaga keaslian bahan baku, meningkatkan rasa, serta menawarkan varian produk yang menarik dan sesuai dengan preferensi konsumensehingga dapat meningkatkan terus meningkatkan minat pembelian ulang konsumen.
- b. Pempek Reggi perlu fokus pada peningkatan pelayanan kepada pelanggan, karena terbukti kualitas layanan memberikan peran yang besar terhadap minat konsumen untuk melakukan pembelian ulang. Hal ini dapat dilakukan dengan cara membuat SOP untuk para

- karyawan yang bekerja. Selain itu, penting untuk memastikan konsistensi dalam pengalaman pelanggan di setiap kunjungan.
- c. Pempek Reggi juga perlu fokus pada peningkatan promosinya, hal ini dapat dilakukan dengan membuat *schedule* konten upload di sosial medianya. Karena terbukti bahwa promosi memberikan peran yang besar terhadap minat konsumen untuk melakukan pembelian ulang.