

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan tentang pengaruh pengalaman konsumen dan kepuasan konsumen terhadap minat beli ulang. Hasil pengujian hipotesis secara parsial dan simultan dalam penelitian ini menghasilkan beberapa simpulan, sebagai berikut:

1. Pengalaman Konsumen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Beli Ulang produk air minum dalam kemasan merk AQUA 600ml di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.
2. Kepuasan Konsumen berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Beli Ulang produk air minum dalam kemasan merk AQUA 600ml di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.
3. Pengalaman Konsumen dan Kepuasan Konsumen bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Ulang produk air minum dalam kemasan merk AQUA 600ml di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijelaskan sebelumnya, maka peneliti memberikan saran, antara lain:

1. Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa pengalaman konsumen tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang, maka perusahaan disarankan untuk lebih memfokuskan strategi pemasaran pada faktor-faktor lain yang memiliki pengaruh lebih besar terhadap minat beli ulang konsumen. Selain itu, perusahaan diharapkan dapat meningkatkan dan menjaga kualitas produk agar tetap sesuai dengan kebutuhan dan harapan konsumen. Hal ini penting mengingat konsumen cenderung lebih mempertimbangkan nilai fungsional produk dibandingkan pengalaman yang dirasakan saat berinteraksi dengan perusahaan. Perusahaan juga disarankan untuk mengembangkan program loyalitas pelanggan, seperti pemberian diskon, reward, atau penawaran khusus bagi pelanggan yang melakukan pembelian ulang, guna meningkatkan minat beli ulang secara lebih efektif.
2. Untuk penelitian berikutnya, disarankan untuk menambahkan sampel penelitian dengan tujuan untuk memperoleh hasil yang lebih valid dan representatif. Dengan melibatkan jumlah sampel yang lebih besar, dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif dan akurat.