

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Status sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang.
2. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang.
3. Kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang.
4. Status sosial, Kualitas produk dan Kepuasan konsumen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan, maka dapat disarankan bagi perusahaan untuk dapat:

1. Dari segi status sosial perlu terus dijaga mengingat adanya pengaruh yang signifikan terhadap minat beli ulang yang dapat diupayakan dengan menambah dan terus mengembangkan image perusahaan yang mencerminkan kelas sosial tertentu agar dapat menarik minat konsumen dan menarik minat konsumen baru untuk memasuk ke dalam status sosial yang diciptakan oleh perusahaan.
2. Dari segi kualitas produk perlu terus ditingkatkan karena kualitas produk merupakan media promosi yang dapat menyebar dari mulut ke mulut konsumen sehingga membangun kepercayaan dari konsumen akan produk-produk baru yang akan ditawarkan.
3. Kepuasan konsumen perlu terus dijaga karena kepuasan konsumen merupakan pertimbangan utama bagi mereka untuk membeli ulang serta merupakan komponen yang paling sulit untuk diwujudkan sehingga perlu dijaga untuk mempertahankan loyalitas dari pelanggan.
4. Minat beli ulang harus tetap dijaga, salah satunya dengan tetap mempertimbangkan status sosial dari konsumen yang ditarget, kualitas produk yang terus dijaga dan peningkatkan kepuasan konsumen yang dapat

diupayakan melalui upaya pelatihan kepada karyawan guna meningkatkan pelayanan kepada konsumen dan pengembangan produk baru yang menjadi tren di kalangan kaum muda sebagai pasar dari perusahaan.

DAFTAR LITERATUR

- Abdul Syani, (2012), *Sosiologi Sistematis, Teori, dan Terapan*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Aisiyah dan Setiawan, (2016), *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Sikap Konsumen dan Minat Pembelian Produk Handbag Merek Tiruan (Studi pada Konsumen Wanita di Kota Malang)*, Jurnal Aplikasi Manajemen (JAM) Vol 12 No 4.
- Alma H. Buchari, (2018), *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta.
- Arikunto (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Asnawi dan Augustinah, (2017), *Pengaruh Faktor Sosial Dan Personal Terhadap Sikap Konsumen dan Minat Beli Barang Fashion Palsu*, Jurnal Ilmu Administras, Volume XII | Nomor 2 |
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep & Strategi)*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.
- Bahruzen, Komarsyah, Nugeraha, (2020), *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pembelian Ulang Konsumen Pada Toko Ritel*, Jurnal Perspektif Bisnis, Volume 3, Nomor 1, Mei 2020, (33-43)
- Dhimas Nugroho, (2016), *Pengaruh Citra Merek dan Sikap Konsumen terhadap Minat Beli Kopi Bubuk Instant Nescafe di Surabaya Selatan*, Skripsi, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur.
- Fandi, Tjiptono. (2014). *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi 3. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 25*. Semarang: Penerbit UNDIP
- Henslin, James M. (2017). *Sosiologi dengan Pendekatan Membumi*. Ed.6. Jilid 1. Alih bahasa: Kamanto Sunarto. Jakarta: Erlangga.
- Kotler (2016). *Manajemen Pemasaran: Analisis. Perencanaan. Implementasi. dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat
- Kotler and Keller. (2016). *Marketing Management*. Boston: Pearson.
- Kotler dan Armstrong (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Salemba Empat.
- Kristurman Jaya Mendrofa dan Muji Sabar, (2016), *Pengaruh Harga, Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Domain.id*, Universitas Mercu Buana

- Laurensia Hanjani Putri, (2016), *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Pembelian Ulang Konsumen terhadap Produk Naget Delicy*, Performa: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis, Volume 1, Nomor 2, Juni 2016.
- Negara, dkk, (2018), *Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image terhadap Minat Beli (Survei pada Pembeli di Gerai Starbucks di Kota Surabaya)*, Thesis, Universitas Brawijaya.
- Ratmono, (2021), *Pengaruh Keberadaan Marketplace Terhadap Minat Beli Konsumen pada Toko Konvensional di Kelurahan Gunung Terang Kota Bandar Lampung*, Jurnal Akuntansi, Volume 17 Number 02, Page 107-1
- Schiffman, L. G., Kanuk, L. L., & Wisenblit, J. (2014). *Consumer Behaviour*. London: Pearson.
- Soekanto, Soerjono. (2014). *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: PT Rajawali Pers.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sunarto, Kamanto. (2014). *Pengantar Sosiologi (edisi ketiga)*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia.
- Tiefani dan Asron Saputra, (2020), *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Konsumen pada PT Anugerah Avava Cemerlang Batam*, Jurnal EMBA, Vol.8 No.1 Januari 2020.
- Tjiptono dan Chandra. (2016). *Service. Quality & satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono Fandy (2020). *Strategi Pemasaran Prinsip dan Penerapan*. Yogyakarta: Penerbit Andi.