

BAB V

KESIMPULAN DAN SARA

5.1 Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian, pengumpulan dan menganalisis terhadap data-data yang telah diperoleh dari responden dengan menggunakan analisis PLS untuk melakukan pengujian terhadap Minat Beli Ulang maka dalam penelitian ini maka kesimpulan, saran adalah sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan adalah salah satu faktor yang mamapu memberikan kontribusi dalam hal meingkatkan minat beli ulang. Yang artinya, apabila konsultan kodig.Id surabaya dapat memeberikan dan meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan terhadap konsumen bisa dipastikan akan meningkatkan daya minat beli ulang konsumen..
2. Persepsi harga adalah salah satu faktor yang mamapu memeberikan kontribusi dalam hal meningkatkan minat beli ulang. Yang artinya, apabila konsultan kodig.Id Surabaya dapat memberikan persepsi harga yang baik maka tidak menutup kemungkinan pada kemudian hari konsumen akan melakukan minat beli ulangnya.

5.2 Saran

Sebagai implikasi dari penelitian ini dapat dikemukakan beberapa saran yang dapat dijadikan pertimbangan atau dimanfaatkan sebgaia bahan evaluasi perusahaan, antara lain:

1. Diharapkan perusahaan kodig.Id Surabaya memberikan “Empati (*Emphaty*)”, yang mana bisa diartikan sebagai kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk mmberikan perhatian pada konsumen scara individu, termasuk juga kepekaan akan kebutuhan konsumen. Meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para planggan.. Dengan meningkatkan “Empati (*Emphaty*)”, tidak menutup kemungkinan akan meningkatkan daya minat beli ulang dari konsumen.
2. Diharapkan perusahaan kodig.Id Surabaya memberikan edukasi dan pengertian terhadap konsumennya agar konsumen menyadari akan “Kesesuaian harga dengan kualitas produk”, atau bisa diartikan sebagai penetapan harga yang telah disesuaikan oleh perusahaan berdasarkan kualitas produk yang diterima oleh konsumen. Dengan pemberian edukasi dan pengertian maka tidak menutup kemungkinan konsumen secara tidak sadar akan melakuakan pembelian ualang pada kemudian harinya.
3. Diharapkan perusahaan tidak hanya berfokus terhadap kualitas pelayanan dan persepsi harga saja guna meningkatkan daya minat beli ulang. Adapun hal-hal lain yang harus tetap menjadi perhatian pihak kodig guna meningkatkan daya minat beli ulang konusltan anantara lain: kepuasan pelanggan, prefensi merek, dan lingkungan fisik hal ini didasari penelitian dari (laurensia Hanjani Putri: 2016). Dengan menaruh perhatian terhadap kepuasan pelanggan, prefensi merek, dan lingkungan fisik maka diharapkan daya minat beli ulang konsumen akan meningkat.