

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan terkait penelitian persepsi harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap minat beli ulang maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian, persepsi harga memiliki kontribusi terhadap minat beli ulang konsumen Familymart di Kota Surabaya. Hal ini menginterpretasikan bahwa semakin baik persepsi harga yang ditawarkan oleh perusahaan maka akan meningkatkan kepuasan pada konsumen sehingga konsumen akan semakin loyal terhadap perusahaan karena mendapatkan harga yang sesuai dengan nilai yang didapatkan dan minat beli ulang konsumen akan semakin tinggi.
2. Berdasarkan hasil penelitian, kualitas pelayanan memiliki kontribusi terhadap minat beli ulang konsumen Familymart di Kota Surabaya. Hal ini menginterpretasikan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh FamilyMart kepada konsumen maka akan semakin tinggi pula minat beli ulang konsumen pada FamilyMart di Kota Surabaya.
3. Berdasarkan hasil penelitian, kualitas produk memiliki kontribusi terhadap minat beli ulang konsumen Familymart di Kota Surabaya. Hal ini menginterpretasikan bahwa semakin baik kualitas produk yang diberikan maka akan semakin tinggi pula minat beli ulang konsumen pada FamilyMart di Kota Surabaya.

5.2 Saran

1. Untuk persepsi harga, FamilyMart harus memperhatikan harga produk pada kompetitor, hal ini dapat dilakukan dengan mengunjungi secara langsung toko kompetitor. Strategi ini dinamakan *competitor-based pricing*, yaitu penerapan harga berdasarkan harga yang ditawarkan kompetitor. Setelah mengetahui harga yang digunakan kompetitor, FamilyMart dapat mengambil angka tengahnya atau disebut dengan harga *benchmark*. Selanjutnya FamilyMart dapat menentukan pilihan antara menggunakan harga yang sama, menetapkan harga yang lebih murah, atau menetapkan harga yang lebih tinggi. Penentuan harga oleh FamilyMart tentunya harus sebanding dengan manfaat yang ditawarkan karena konsumen dapat dengan mudah membandingkan harga di setiap minimarket yang pernah mereka kunjungi.
2. Untuk kualitas pelayanan, diharapkan kepada FamilyMart untuk meningkatkan responsivitas karyawannya. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan FamilyMart, maka langkah yang dapat dilakukan FamilyMart adalah dengan melakukan pelatihan kepada pegawai untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam melayani konsumen serta memperhatikan setiap keluhan konsumen.
3. Untuk kualitas produk, diharapkan kepada FamilyMart untuk lebih selektif terhadap produk yang mereka jual agar konsumen mendapatkan produk yang berkualitas bagus. Selain itu, untuk menciptakan *unique selling point*, FamilyMart perlu melakukan inovasi lebih dalam lagi mengenai produk

makanan yang mereka jual karena jenis produk ini adalah produk yang paling diminati oleh konsumen. Maka FamilyMart perlu melakukan peninjauan kembali mengenai segi rasa, harga, dan manfaat yang ditawarkan kepada konsumen untuk meningkatkan minat beli ulang konsumen.

4. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan agar menambah variabel lain yang tidak disertakan dalam penelitian ini seperti *Customer Engagement*, *Store Atmosphere*, atau menambah faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi minat beli ulang sehingga dapat memperoleh hasil penelitian yang lebih menyeluruh terkait minat beli ulang.