

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Mahasiswa manajemen di UPN Veteran Jawa Timur disurvei mengenai keputusan pembelian ulang Supermi mereka, dan dampak inovasi dan kualitas produk terhadap keputusan ini diperiksa menggunakan pendekatan Partial Least Square (PLS). Kesimpulan berikut dapat ditarik dari data yang diolah:

1. Inovasi produk berpotensi meningkatkan pilihan pembelian berulang Supermi. Inovasi yang ditingkatkan meningkatkan kualitas produk, sehingga mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian berulang.
2. Kualitas produk dapat meningkatkan pilihan pembelian berulang Supermi. Produk berkualitas tinggi yang disesuaikan dengan preferensi pelanggan akan meningkatkan kepercayaan dan keinginan konsumen untuk membeli kembali.

#### **5.2 Saran**

Saat membuat keputusan di masa mendatang, pembaca dapat merujuk pada banyak rekomendasi penulis berdasarkan hasil penelitian, sebagaimana:

1. Peningkatan berkelanjutan terhadap inovasi produk pada varian rasa, kemasan, dan teknologi produksi agar tetap relevan atau sesuai dengan selera konsumen yang terus berubah.
2. Menjaga dan meningkatkan kualitas produk baik dari bahan baku maupun proses produksi, perlu adanya peningkatan maupun pengawasan secara menyeluruh agar konsumen tetap puas dan loyal terhadap merek Supermi.
3. Penelitian selanjutnya sebaiknya mempertimbangkan harga, promosi, citra merek, dan elemen terkait lainnya, selain kualitas dan inovasi produk. Untuk memberikan hasil penelitian yang lebih umum dan representatif, disarankan juga agar penelitian dilakukan di wilayah geografis yang lebih luas dengan jumlah responden yang lebih banyak dan mempertimbangkan beragam latar belakang demografi.