

BAB V

KESIMPULAN & SARAN

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini mengkaji pengaruh Inovasi Produk(X1) Kualitas Produk (X2) dan *Review* Produk (X3) terhadap Minat Beli Ulang (Y) konsumen produk luxcrime di Surabaya. Berdasarkan penelitian, pembahasan, serta jawaban dari 100 responden yang dipilih melalui *purposive sampling*, dari data yang diolah dengan analisis regresi linier berganda memakai SPSS, maka dibuat kesimpulan:

1. Variabel Inovasi Produk (X1), Kualitas Produk (X2), dan *Review* Produk (X3) secara simultan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Minat Beli ulang (Y). Hasil menunjukkan perpaduan antara inovasi produk, kualitas produk, serta *review* produk memberikan kontribusi yang nyata untuk meningkatkan minat beli ulang. Penerapan strategi inovasi produk, didukung kualitas produk yang optimal serta *review* produk yang positif, dapat menjelaskan secara signifikan peningkatan minat beli ulang konsumen produk Luxcrime di Surabaya.
2. Berdasarkan hasil penelitian, variabel Inovasi produk(X1) terbukti memberikan pengaruh positif signifikan terhadap Minat beli ulang(Y) konsumen produk Luxcrime di Surabaya. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pembaruan produk yang dilakukan, seperti pengembangan formula, penambahan variasi produk, desain kemasan yang menarik, serta penyesuaian

dengan tren pasar, mampu meningkatkan ketertarikan konsumen untuk membeli produk Luxcrime.

3. Berdasarkan hasil penelitian, variabel Kualitas produk(X2) terbukti memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Minat beli ulang(Y) konsumen produk Luxcrime di Surabaya. Produk yang memiliki kualitas baik, seperti aman digunakan, mempunyai daya tahan baik, memberikan manfaat sesuai kebutuhan, serta mampu memenuhi harapan konsumen, dapat meningkatkan rasa percaya dan ketertarikan konsumen pada produk Luxcrime. Kualitas produk jadi satu faktor utama yang memengaruhi munculnya minat beli ulang konsumen.
4. Berdasarkan hasil penelitian, variabel *Review* produk(X3) menunjukkan pengaruh positif signifikan terhadap Minat beli ulang(Y) konsumen produk Luxcrime di Surabaya. *Review* produk yang bersifat positif, memberikan informasi yang jelas, serta mampu meyakinkan konsumen dapat membentuk persepsi yang baik dan meningkatkan rasa percaya sebelum melakukan pembelian. Semakin baik review yang diberikan, semakin tinggi ketertarikan konsumen untuk membeli produk Luxcrime.

5.2. Saran

Berlandaskan pada kesimpulan serta poin penting yang telah diuraikan dalam hasil pembahasan, peneliti merumuskan saran sebagai berikut:

1. Bagi Luxcrime

1. Luxcrime diharapkan mampu terus melakukan pengembangan inovasi produk melalui penambahan variasi produk, penyempurnaan formula, serta desain kemasan yang lebih menarik dan mengikuti perkembangan tren serta kebutuhan konsumen. Di samping itu, perusahaan juga perlu mempertahankan kualitas produk agar tetap aman digunakan, memberikan kenyamanan, dan sesuai dengan ekspektasi konsumen sehingga bisa meningkatkan minat beli secara berkelanjutan.
 2. Luxcrime disarankan untuk lebih memperhatikan review atau ulasan konsumen yang terdapat pada media sosial maupun marketplace. Ulasan positif dapat dijadikan sebagai upaya untuk mempertahankan citra produk, sedangkan kritik dan saran dari konsumen dapat dimanfaatkan sebagai bahan evaluasi dan pertimbangan untuk melakukan pengembangan produk di masa depan.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya
1. Peneliti selanjutnya dianjurkan menambah variabel lain yang memiliki pengaruh terhadap minat beli, seperti harga, promosi, citra merek, maupun influencer marketing, sehingga hasil penelitian yang didapat menjadi lebih luas dan mendalam.
 2. Peneliti berikutnya disarankan untuk memperluas objek penelitian di wilayah lain guna mengetahui apakah hasil yang sama berlaku pada tempat yang berbeda.