

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Persaingan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang dengan nilai hitung $2,538 > t \text{ tabel } 1,989$ dan dengan nilai signifikan $0,013 < 0,05$.
2. Bauran promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang konsumen dengan nilai t hitung $1,998$, t tabel $1,989$ ($t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$), dan dengan nilai signifikan $0,049 < 0,05$.
3. Kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang konsumen dengan nilai t hitung untuk kepuasan konsumen adalah sebesar $6,599$, t tabel $1,989$ ($t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$), dan dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$.
4. Persaingan (X1), Bauran Promosi (X2), Kepuasan Konsumen (X3) berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap minat beli ulang dengan nilai F hitung $83,827 > 2,48$, dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$, dan sisanya di pengaruhi variable lain yg tidak di teliti pada penelitian ini.

B. Saran

1. Bagi Produk Emina

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi masukan untuk senantiasa meningkatkan persaingan yang mereka miliki guna peningkatan kepuasan konsumen.

2. Bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu

Penelitian ini diharapkan memberikan informasi tentang seberapa penting suatu persaingan, bauran promosi dan kepuasan mempengaruhi minat beli ulang pengguna.

3. Bagi peneliti di masa mendatang

Bagi peneliti di masa mendatang diharapkan lebih teliti dalam melakukan penelitian, seperti memahami dengan baik isi kuesioner yang di sebarakan kepada responden, agar data yang diperoleh benar-benar menunjukkan karakteristik dari responden, dan sebisa mungkin mencegah responden menjawab secara sembarangan.