

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

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

1. Hipotesis ke 1 diterima yaitu kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang hal ini terlihat dari Nilai t hitung untuk kepuasan adalah sebesar 2,062, t tabel 2,003 ( $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ ), dengan nilai signifikan  $0,005 < 0,05$ . Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
2. Hipotesis ke 2 diterima yaitu Marketing mix berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang hal ini terlihat dari Nilai t hitung untuk marketing mix adalah sebesar 2,419, t tabel 2,003 ( $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ ), dengan nilai signifikan  $0,002 < 0,05$ . Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
3. Hipotesis ke 3 diterima yaitu gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang hal ini terlihat dari Nilai t hitung untuk gaya hidup adalah sebesar 3,727, t tabel 2,003 ( $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ ), dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ . Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
4. Hipotesis ke 4 diterima yaitu Nilai F tabel pada distribusi  $Df_1=k$ ,  $df_2=n-1-k=60-1-4=55$ , sehingga dapat dilihat pada tabel F yaitu kolom ke 4 pada baris ke 55 yaitu 2,54, maka berdasarkan tabel 4.11 terlihat bahwa nilai F hitung  $71,505 > 2,54$ , dan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ ,

ini menunjukkan bahwa secara serempak variabel independent berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependent.

## **B. Saran**

### 1. Bagi Toko Amri Collection

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi masukan kepada pihak Amry collection dalam menyusun dan mengambil keputusan terkait dengan variabel yang diteliti.

### 2. Bagi Seluruh Karyawan

Penelitian ini di harapkan mampu menjadi pendorong untuk selalu berusaha meningkatkan minat beli ulang.

### 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