

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan data dan analisis yang diuraikan pada bab sebelumnya, dapat diambil simpulan dari hasil penelitian tentang pengaruh harga dan kelengkapan produk terhadap minat beli ulang konsumen Giant Ekspres Banjarmasin sebagai berikut:

1. Harga berpengaruh secara parsial yaitu dilihat pada hasil uji t, nilai $t_{hitung} = 6,528 > t_{tabel} = 1,984$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian H_a dalam penelitian ini diterima, bahwa harga berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat beli ulang konsumen Giant Ekspres Banjarmasin. Sedangkan untuk kelengkapan produk berpengaruh secara parsial yaitu diperoleh nilai $t_{hitung} = 3,491 > t_{tabel} = 1,984$ dan tingkat signifikansi yaitu $0,001 < 0,05$ maka H_a dalam penelitian ini diterima, bahwa kelengkapan produk berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat beli ulang konsumen Giant Ekspres Banjarmasin.
2. Harga (X_1) dan kelengkapan produk (X_2) berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap minat beli ulang (Y) dilihat dari hasil uji F, yaitu nilai $F_{hitung} = 57,564 > F_{tabel} = 3,09$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak. Artinya variabel harga (X_1) dan kelengkapan produk (X_2) secara

bersama-sama berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen Giant Ekspres Banjarmasin.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan, penulis menyampaikan saran yang kiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak yang bersangkutan atau terkait dengan hasil penelitian ini, sebagai berikut:

1. Untuk Giant Ekspres Banjarmasin, mengingat bahwa variabel independen dalam penelitian ini adalah harga dan kelengkapan produk yang memang secara uji yang dilakukan dari hasil data responden memiliki pengaruh yang besar terhadap minat beli ulang konsumen Giant Ekspres Banjarmasin, diperlukan kesadaran pihak Giant Ekspres Banjarmasin untuk mempertahankan harga yang terjangkau agar dapat terus menarik minat beli ulang konsumen. Untuk kelengkapan produk agar kiranya lebih diperluas dan diperdalam lini produk yang ditawarkan serta menawarkan produk-produk baru yang belum tersedia di tempat perbelanjaan lainnya, supaya konsumen tetap memilih Giant Ekspres Banjarmasin untuk berbelanja.
2. Untuk peneliti selanjutnya, disarankan agar mencari variabel-variabel lain yang terkait dengan faktor yang memengaruhi minat beli ulang konsumen pada Giant Ekspres Banjarmasin. Dari hasil yang didapat harga dan kelengkapan produk memberikan pengaruh sebesar 53,3%, sedangkan sisanya yang dipengaruhi faktor lain di luar penelitian 46,7%

dari total 100% faktor yang diharapkan. Faktor yang kemungkinan berpengaruh menurut penulis yaitu *discount*, karena *discount* yang diberikan di waktu-waktu tertentu dapat berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen.