

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dari data tentang pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli Ulang produk pakaian Zara di Jakarta Pusat, maka dapat di tarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel kualitas pelayanan menunjukkan hasil pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang, maka hal ini dapat di artikan bahwa pelayanan yang baik dapat meningkatkan minat beli ulang.
2. Variabel citra merek memberikan hasil pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang, Kepercayaan pada produk pakaian Zara yang positif menjadi faktor penting yang mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian ulang.
3. Variabel persepsi harga memberikan hasil pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang, meskipun Zara dikenal sebagai merek yang menawarkan produk dengan kualitas tinggi, harga yang wajar atau sesuai dengan nilai produk dapat meningkatkan minat konsumen untuk melakukan minat beli ulang.
4. Variabel Persepsi Harga merupakan variabel dominan dalam penelitian ini, karena variabel ini memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang. Variabel persepsi harga berarti bahwa semakin baik konsumen mempersepsikan harga produk pakaian Zara, maka semakin meningkat minat beli ulang produk pakaian Zara. Oleh karena itu, variabel ini merupakan variabel dominan dalam penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, dapat diketahui bahwa pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli Ulang pakaian Zara di Jakarta Pusat, maka dapat diajukan saran sebagai pelengkap hasil penelitian sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

- a) Pada hasil penelitian yang dilakukan dapat diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan pada pernyataan pertama memiliki hasil mean yang tergolong paling rendah dengan indikator *reliability*. Maka saran yang dapat diberikan oleh penulis ialah untuk meningkatkan pelatihan staff agar memiliki keterampilan dan pengetahuan dalam mempromosikan produk, menggunakan teknologi sebagai penunjang efisiensi dan konsistensi dalam memberikan layanan, sehingga hal tersebut dapat meningkatkan minat beli ulang.
- b) Pada hasil penelitian yang dilakukan dapat diketahui bahwa variabel citra merek pada pernyataan kedua memiliki hasil mean yang tergolong paling rendah dengan indikator manfaat suatu produk. Untuk saran yang dapat diberikan oleh penulis ialah dengan memastikan produk serta layanan yang memberikan mafaat signifikan dan unggul dibandingkan dengan pesaing, penyampaian terkait manfaat produk kepada target pasar dengan menggunakan komunikasi yang efektif sehingga hal tersebut akan meningkatkan minat beli ulang.
- c) Pada hasil penelitian yang dilakukan dapat diketahui bahwa variabel persepsi harga pada pernyataan keempat memiliki hasil mean yang tergolong paling rendah dengan indikator kesesuaian harga dengan manfaat. Sehingga saran yang dapat diberikan penulis diharapkan kepada pihak perusahaan memastikan untuk menggunakan promosi yang tepat untuk memperkuat persepsi nilai. Misalkan dengan menawarkan diskon yang relevan dengan manfaat produk yang diberikan sehingga hal tersebut dapat meningkatkan minat beli ulang.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

- a) Bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan kajian yang sama dapat mengembangkan penelitian tujuan yang ingin diteliti dan lebih memfokuskan terhadap apa yang diteliti
- b) Peneliti harus memahami tentang fokus kajian yang akan diteliti

dengan memperbanyak studi literatur yang berkaitan dengan fokus kajian yang akan diteliti

- c) Untuk para peneliti selanjutnya, disarankan agar meningkatkan lagi ketelitian baik dalam segi kelengkapan data yang diperoleh dari variabel tersebut

