

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Sebagaimana hasil dan pembahasan sebelumnya tentang pengaruh Kualitas Produk, Variasi Produk, dan Kolaborasi *Brand* terhadap Minat Beli Ulang sepatu Brodo di Jakarta Selatan, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian dan uji yang dilakukan, ditemukan bahwa variabel independen Kualitas Produk (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen Minat Beli Ulang (Y) sepatu Brodo di Jakarta Selatan. Ini berarti bahwa peningkatan Kualitas Produk akan berbanding lurus dengan peningkatan Minat Beli Ulang.
2. Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang dilakukan, terungkap bahwa variabel independen Variasi Produk (X2) memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen Minat Beli Ulang (Y) sepatu Brodo di Jakarta Selatan. Dengan kata lain, semakin meningkatnya Variasi Produk, maka semakin besar pula dampaknya terhadap Minat Beli Ulang.
3. Hasil analisis penelitian mengungkapkan bahwa Kolaborasi Brand (X3) memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang (Y) sepatu Brodo di Jakarta Selatan. Ini menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai yang diberikan pada variabel kolaborasi brand, semakin kuat pengaruhnya terhadap minat beli ulang konsumen.

#### **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang diambil dari penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa pengaruh Kualitas Produk, Variasi Produk, dan Kolaborasi Brand terhadap Minat Beli Ulang sepatu Brodo di Jakarta Selatan menunjukkan hasil yang signifikan. Oleh karena itu, beberapa saran dapat diajukan sebagai pelengkap hasil penelitian ini, sebagai berikut:

1. Dalam hasil penelitian yang telah dilakukan, terungkap bahwa variabel kualitas produk pada pernyataan kelima menunjukkan nilai rata-rata yang tergolong paling rendah, khususnya pada indikator fitur. Oleh karena itu,

saran yang dapat diajukan oleh penulis adalah untuk melakukan perbaikan dan pengembangan fitur produk agar lebih menarik, inovatif, dan sesuai dengan kebutuhan serta preferensi konsumen. Dengan demikian, hal ini diharapkan dapat secara signifikan meningkatkan minat beli ulang.

2. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, ditemukan bahwa variabel variasi produk pada pernyataan ketiga menunjukkan nilai mean yang paling rendah, yaitu indikator variasi harga. Oleh karena itu, saran yang dapat diajukan oleh penulis adalah untuk memperluas dan meningkatkan keragaman harga produk dengan menawarkan variasi yang lebih menarik dan kompetitif, serta meluncurkan promosi yang inovatif dan menarik perhatian konsumen. Dengan demikian, diharapkan saran tersebut akan mampu secara signifikan meningkatkan minat beli ulang di kalangan konsumen.
3. Sebagaimana hasil penelitian yang telah dilakukan mengungkapkan bahwa variabel kolaborasi *brand* pada pernyataan kelima memiliki nilai rata-rata terendah, yaitu pada indikator penilaian positif dari konsumen. Oleh karena itu, penulis menyarankan untuk meningkatkan upaya dalam membangun dan memperkuat kolaborasi dengan *brand* lain yang memiliki reputasi baik, serta melakukan kampanye pemasaran yang lebih inovatif dan menarik. Dengan menerapkan strategi ini, diharapkan perusahaan mampu membangun citra yang lebih baik di mata konsumen, sehingga dapat secara signifikan meningkatkan minat untuk melakukan pembelian ulang.