

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis dan pembahasan tentang pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan *word of mouth* terhadap minat beli ulang produk di toko Batik Nusantara Tanah Abang, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang. Artinya semakin baik kualitas produk maka semakin efektif produk tersebut sehingga akan mendorong konsumen untuk kembali membeli produk tersebut.
2. Variabel persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang. Artinya semakin baik persepsi terhadap harga yang ditawarkan maka semakin besar kemungkinan konsumen tertarik untuk melakukan pembelian ulang, karena sesuai dengan daya beli konsumen.
3. Variabel *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang. artinya konsumen terdorong untuk merekomendasikan produk batik nusantara kepada orang lain karena merasa puas dengan produknya, yang berdampak pada apakah konsumen produk batik nusantara terdorong untuk menjalin relasi atau kekeluargaan untuk mengulang pembelian di toko batik nusantara tanah abang.

#### B. SARAN

Berdasarkan temuan yang diperoleh dalam penelitian ini dapat diketahui pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan *word of mouth* terhadap niat beli produk batik nusantara tanah abang. Hasilnya, rekomendasi yang ditampilkan dalam hasil pencarian adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan harus memperhatikan kualitas produk karena memperhatikan kualitas produk terutama bentuk dan desain produk merupakan faktor yang sangat mempengaruhi daya beli ulang konsumen. Mengingat selama ini banyak pesaing produk lokal yang kualitasnya hampir setara.

2. Perusahaan perlu lebih memikirkan penetapan harga produk yang akan dijual, menyesuaikan harga produk agar sesuai dengan pangsa pasar, perusahaan perlu memantau pergerakan harga pesaing untuk memiliki strategi melihat apa yang disukai konsumen produk pesaing hanya karena lebih terjangkau. Dengan banyaknya pesaing produk sejenis dengan harga terjangkau.
3. Perusahaan sebaiknya memperhatikan promosi *Word Of Mouth* melalui promosi yang dilakukan oleh konsumen batik nusantara kepada teman atau kerabatnya, agar produk batik nusantara dapat meningkatkan partisipasi konsumen dalam promosi dengan memberikan diskon atau potongan harga kepada pembeli yang telah membeli produk batik nusantara sehingga dalam hal ini toko-toko batik nusantara tidak perlu kesulitan mencari promosi lainnya karena dari *Word Of Mouth* bisa menjadi alat promosi.

