

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data yang sudah dilakukan dan pembahasan yang telah dikemukakan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Kualitas produk berpengaruh positif terhadap minat beli ulang produk kosmetik Wardah.
- 2) Harga berpengaruh positif terhadap minat beli ulang produk kosmetik Wardah.
- 3) Promosi berpengaruh positif terhadap minat beli ulang produk kosmetik Wardah.
- 4) Berdasar koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) menunjukkan bahwa 54,6% variabel minat beli ulang dipengaruhi oleh variabel kualitas produk, harga, dan promosi. Sedangkan sisanya 45,4% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

B. Saran

- 1) Berdasarkan kesimpulan di atas terdapat variabel-variabel yang berpengaruh positif terhadap minat beli ulang produk kosmetik Wardah yaitu variabel kualitas produk, harga, dan promosi. Untuk itu peningkatan minat beli ulang konsumen terhadap produk-produk Wardah dapat ditingkatkan dengan cara antara lain meningkatkan kualitas produk dengan menciptakan inovasi produk baru agar lebih bermanfaat bagi konsumen. Meningkatkan kesesuaian harga dengan manfaat produk, sehingga konsumen merasa puas dengan biaya yang

dikeluarkan untuk memperoleh produk, sehingga memunculkan minat beli ulang. Meningkatkan promosi yang lebih luas dan sesuai dengan target pasar melalui berbagai media informasi.

2) Bagi penulis selanjutnya

Diharapkan peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel-variabel lainnya yaitu kepuasan pelanggan, kualitas layanan, preferensi merek, brand image, dan variabel yang mungkin mempengaruhi variabel minat beli ulang selain variabel-variabel kualitas produk, harga, dan promosi.