

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, menghasilkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas produk (X) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Z). Dengan hasil perhitungan bahwa nilai signifikansi kualitas produk (X) sebesar $0,000 < 0,05$ dan hasil *Unstandardized Coefficients B* sebesar 0,406.
2. Kualitas produk (X) berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli ulang (Y). Dengan hasil nilai signifikansi yaitu $0,000 < 0,05$ dan nilai *Unstandardized Coefficients B* sebesar 0,412.
3. Kepuasan pelanggan (Z) berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang (Y). Dengan nilai signifikansi yaitu $0,000 < 0,05$ dan nilai *Unstandardized Coefficients B* sebesar 0,411.
4. Kepuasan pelanggan (Z) mampu memediasi tetapi tidak secara signifikan antara kualitas produk (X) terhadap minat beli ulang (Y). Dengan diperoleh hasil *sobel test statistic* sebesar $5.06407818 >$ dari t tabel yaitu 1,97 dan nilai signifikansi $0.00000041 > 0,05$

B. Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian yang diperoleh, penelitian ini pada dasarnya berjalan dengan baik. Tetapi bukan suatu larangan apabila peneliti ingin mengemukakan beberapa saran yang mudah-mudahan bermanfaat bagi perusahaan

dan bagi penelitian selanjutnya. Dari hasil penelitian ini maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Perusahaan harus lebih memperhatikan kualitas produk, meskipun hasil dari kepuasan pelanggan mampu memediasi kualitas produk terhadap minat beli ulang tetapi ini tidak mempengaruhi secara signifikan. Jadi perusahaan harus lebih memperhatikan kualitas dan lebih memperhatikan komponen-komponen apa yang dapat membuat pelanggan lebih tertarik menggunakan produk skincare somethinc. Misalnya dengan menciptakan produk dengan formulasi tertentu, dengan menghilangkan bahan-bahan yang tidak terlalu diperlukan seperti kandungan *fragrance*.
2. Pada penelitian selanjutnya dapat memperdalam kembali mengenai faktor-faktor apa saja yang dibutuhkan, berkaitan dengan kepuasan yang akan didapat setelah menggunakan skincare dengan kandungan bahan tertentu.

Pada penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan menambah variabel lain, seperti variabel harga, variabel brand image, variabel kualitas pelayanan, ataupun variabel keragaman produk agar dapat mengeksplorasi kemungkinan variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dan minat beli ulang.