

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel harga (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang produk Mixue di Yogyakarta. Hal ini ditunjukkan dari hasil koefisien regresi 0,333 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli ulang produk Mixue di Yogyakarta, H1 **diterima**.
2. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel *Brand Image* (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang produk Mixue di Yogyakarta. Hal ini ditunjukkan dari hasil koefisien regresi 0,127 dan nilai signifikansi $0,348 > 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa *brand image* tidak memiliki pengaruh terhadap minat beli ulang pruduk Mixue di Yogyakarta, H2 **ditolak**.
3. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan (X3) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang produk Mixue di Yogyakarta. Hal ini ditunjukkan dari hasil koefisien regresi 0,265 dan nilai signifikansi $0,002 < 0,05$. Dapat disimpulkan

bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli ulang produk Mixue di Yogyakarta, **H3 diterima**.

B. SARAN

1. Perusahaan

Sebaiknya perusahaan dapat terus memberikan kualitas layanan dengan jauh lebih baik agar dapat memberikan kesan positif dari masyarakat dan diharapkan dapat meningkatkan angka penjualan produk Mixue. Dikarenakan *brand image* tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang maka untuk mendorong minat beli ulang konsumen Mixue sebaiknya dapat meningkatkan angka penjualan dengan menggunakan varian rasa yang beraneka ragam berdasarkan keunikan dari produk Mixue tersebut. Perusahaan sebaiknya mempertahankan harga Mixue yang terjangkau sehingga konsumen tertarik untuk melakukan minat beli ulang.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Diharapkan untuk peneliti selanjutnya dapat mengembangkan variabel-variabel terbaru dan memodifikasi model penelitian sehingga menghasilkan kebaharuan dalam peneliti. Beberapa variabel yang dapat digunakan antara lain tentang metode pemasaran Mixue, cara Mixue dapat bersaing dengan produk lain atau variasi produk yang dapat meningkatkan angka penjualan dan diharapkan Mixue dapat menambahkan daftar produk dengan penjualan terbaik bulan ini agar

nantinya dapat dijadikan ulasan atau dapat dijadikan penelitian di kemudian hari terkait produk Mixue.