

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang produk Scarlett di *e-commerce* Shopee. Berdasarkan hasil pembahasan dan analisis yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah :

1. Variabel Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) memiliki pengaruh yang signifikan positif terhadap minat beli ulang yaitu sebesar 0,463% variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan dapat dijelaskan, dipengaruhi oleh minat beli ulang sedangkan 53,7% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
2. Variabel Kualitas Produk (X1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli ulang yaitu 0,377 yang berarti sebesar 37,7 % variabel Kualitas Produk dapat dijelaskan, bahwa dipengaruhi oleh minat beli ulang sedangkan 62,3% dipengaruhi oleh variabel lainnya.
3. Variabel Kualitas Pelayanan (X2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli ulang yaitu 0,342 yang berarti sebesar 34,2% variabel kualitas pelayanan dapat dijelaskan bahwa dipengaruhi oleh minat beli ulang sedangkan 63,8% dipengaruhi oleh variabel lain.

5.2 SARAN

Setelah dilakukan uji hipotesis berdasarkan hasil dari variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang 0,463 yang berarti sebesar 46,3%. Berdasarkan kesimpulan di atas, dapat dikemukakan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan maupun bagi pihak-pihak lain. Ada saran yang diberikan, antara lain :

1. Kualitas produk Scarlett di *e-commerce* Shopee harus lebih ditingkatkan dalam packaging maupun mengeluarkan produk baru untuk meningkatkan penjualan. Kualitas produk Scarlett berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli ulang.
2. Kualitas pelayanan ditingkatkan lagi dalam merespon balasan konsumen mengenai retur maupun protes dalam penanganan produk. Kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang.
3. Pada variabel bebas dalam penelitian ini merupakan hal yang sangat penting dalam mempengaruhi minat beli ulang produk scarlett, diharapkan penelitian ini dapat dipakai sebagai acuan bagi penelitian selanjutnya dengan menggunakan variabel lain untuk mengembangkan penelitian ini dengan mempertimbangkan variabel diluar variabel yang sudah masuk dalam penelitian ini.