

BAB V

KESIMPULAN & SARAN

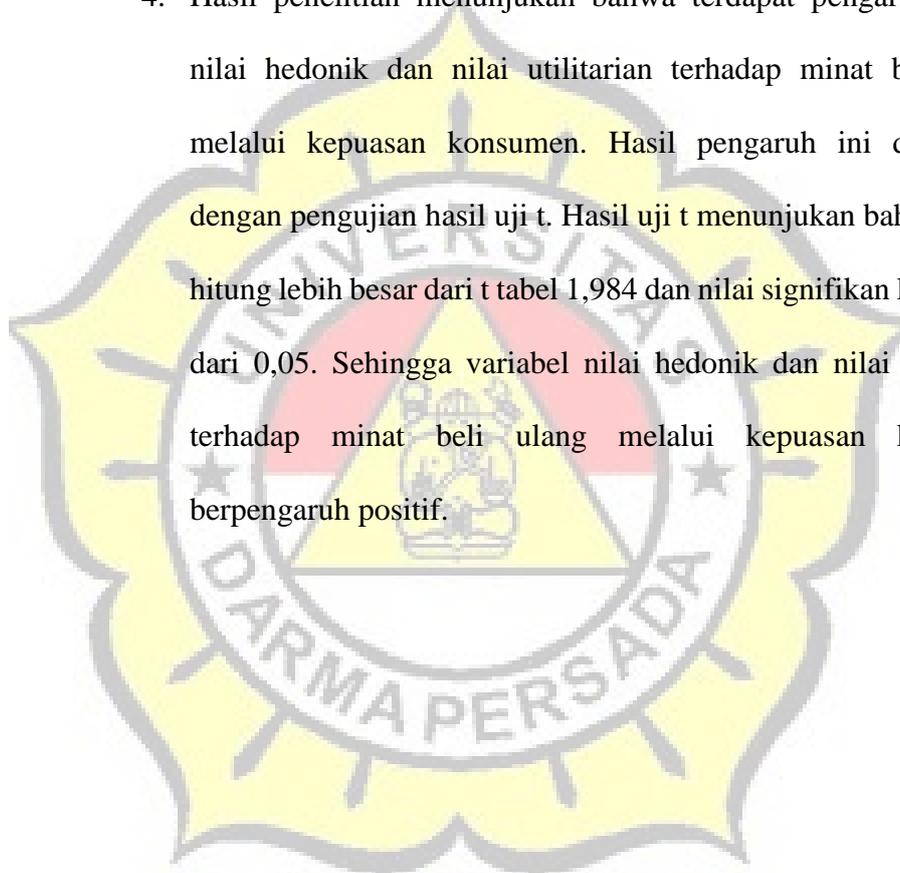
5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan maka peneliti dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif nilai hedonik dan nilai utilitarian terhadap kepuasan konsumen. Hasil pengaruh ini ditunjukkan dengan pengujian hasil uji t. hasil uji t menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel 1,984 dan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05. Sehingga variabel nilai hedonik dan nilai utilitarian berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif nilai hedonik dan nilai utilitarian terhadap minat beli ulang. Hasil pengaruh ini ditunjukkan dengan pengujian hasil uji t. Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel 1,984 dan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05. Sehingga variabel nilai hedonik dan nilai utilitarian berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif kepuasan konsumen terhadap minat beli ulang. Hasil pengaruh ini

ditunjukkan dengan pengujian hasil uji t. Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel 1,984 dan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05. Sehingga variabel kepuasan konsumen berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli ulang.

4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif nilai hedonik dan nilai utilitarian terhadap minat beli ulang melalui kepuasan konsumen. Hasil pengaruh ini ditunjukkan dengan pengujian hasil uji t. Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel 1,984 dan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05. Sehingga variabel nilai hedonik dan nilai utilitarian terhadap minat beli ulang melalui kepuasan konsumen berpengaruh positif.



5.1 SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan dapat memperbaiki hal-hal yang berlawanan dengan harapan konsumen berkaitan dengan indikator-indikator nilai hedonik dan nilai utilitarian, bisa dengan memperbaiki pelayanan, keamanan, transaksi, produk, harga dan lainnya agar kepuasan konsumen semakin meningkat
2. Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk menggunakan variabel dan alat analisis dalam penelitian ini, sebaiknya untuk melakukan penelitian dengan objek yang mudah untuk mendapatkan data sekunder dari objek terkait sehingga data dan jumlah sampel dapat ditentukan dengan mudah