

BAB 5

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan kesimpulan penelitian yang telah dilakukan, dengan judul Pengaruh *Product Quality* dan *Service Quality* terhadap *Repurchase Intention* dengan *Customer Satisfaction* sebagai *Intervening* (Studi Kasus Pada Pengunjung di Salah Satu Toko Retail di Jakarta Timur), dapat diperoleh kesimpulan dibawah ini:

Dalam hipotesis pertama (H1), dinyatakan variabel *product quality* berpengaruh positif signifikan terhadap *customer satisfaction*. hasil *t-value* yang diperoleh memenuhi syarat maka dapat disebut signifikan, sehingga H1 **diterima**. maka dari itu, dengan baik nya *product quality* akan mengakibatkan timbulnya kepuasan semakin tinggi kepada konsumen.

Dalam hipotesis kedua (H2), dinyatakan variabel *service quality* berpengaruh positif signifikan terhadap *customer satisfaction*. hasil dari *t-value* yang diperoleh memenuhi syarat maka dapat disebut signifikan, sehingga H2 **diterima**. maka dari itu, dengan baik nya *service quality* yang di berikan maka akan terjadi kepuasan kepada konsumen.

Dalam hipotesis ketiga (H3), dinyatakan variabel *customer satisfaction* berpengaruh positif signifikan terhadap *repurchase intention*. hasil *t-value* yang diperoleh memenuhi syarat maka dapat disebut signifikan, sehingga H3 **diterima**. maka, *customer satisfaction* adalah salah satu variabel penting untuk timbulnya *repurchase intention*.

Dalam hipotesis keempat (H4), dinyatakan variabel *product quality* berpengaruh positif signifikan terhadap *repurchase intention*. hasil *t-value* yang diperoleh memenuhi syarat maka dapat disebut signifikan, sehingga H4 **diterima**. maka dari itu, dengan baik nya *product quality* akan mengakibatkan timbulnya *repurchase intention* yang tinggi.

Dalam hipotesis kelima (H5), dinyatakan variabel *service quality* berpengaruh positif signifikan terhadap *repurchase intention*. hasil *t-value* yang diperoleh memenuhi syarat maka dapat disebut signifikan, sehingga H5 **diterima**. maka dari itu, dengan baik nya *service quality* yang di berikan maka akan mengakibatkan timbulnya *repurchase intention*.

Dalam hipotesis keenam (H6), dinyatakan variabel *product quality* berpengaruh positif signifikan terhadap *repurchase intention* melalui *customer satisfaction*. hasil *t-value* yang diperoleh memenuhi syarat maka dapat disebut signifikan, sehingga H6 **diterima**. maka dari itu, dengan baik nya *product quality* yang diberikan kepada pelanggan maka akan mengakibatkan timbulnya *repurchase intention* dan *customer satisfaction*.

Dalam hipotesis ketujuh (H7), dinyatakan variabel *service quality* berpengaruh positif signifikan terhadap *repurchase intention* melalui *customer satisfaction*. hasil *t-value* yang diperoleh memenuhi syarat maka dapat disebut signifikan, sehingga H7 **diterima**. maka dari itu, dengan baik nya *service quality* yang diberikan kepada pelanggan maka akan mengakibatkan timbulnya *repurchase intention* dan *customer satisfaction*.

5.2 Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian, beberapa aspek yang perlu diperhatikan untuk menjaga *product quality*, *service quality* dan *customer satisfaction* agar menaikkan *repurchase intention* khususnya bagi pengguna produk – produk miniso yaitu:

1. Nilai *Product Quality*

Pada variabel *product quality* rata - rata mendapatkan respon yang positif, salah satunya ialah “Miniso menyediakan produk asesoris pelengkap seperti (ikat pinggang, kalung dan gelang)” dengan nilai sebesar 55,0% atau 110 pernyataan yang memiliki jawaban dari responden (Sangat Setuju). namun masih ada responden yang memberikan tanggapan negatif, salah satunya ialah “Miniso menyediakan berbagai macam produk yang selalu menyesuaikan dengan tren terbaru” dengan nilai sebesar 13,0% atau 26 pernyataan yang memiliki jawaban dari responden (Tidak Setuju). berdasarkan hal tersebut peneliti menyarankan miniso harus lebih menyediakan berbagai macam produk seperti memberikan desain pada baju, sandal, alat rumah tangga, alat perkantoran dll yang selalu menyesuaikan dengan tren terbaru agar pelanggan merasa tertarik dan puas untuk membeli produk – produk miniso dan tidak ke kompetitor lain.

2. Nilai *Service Quality*

Pada variabel *service quality* rata - rata mendapatkan respon yang positif, salah satunya ialah “Staf miniso melayani dengan sopan”

dengan nilai sebesar 57,7% atau 115 pernyataan yang memiliki jawaban dari responden (Sangat Setuju). namun masih ada responden yang memberikan tanggapan negatif, salah satunya ialah “Staf miniso menanggapi keluhan konsumen dengan segera” dengan nilai sebesar 10,5% atau 21 pernyataan yang memiliki jawaban dari responden (Tidak Setuju). berdasarkan hal tersebut peneliti menyarankan miniso harus cepat tanggap dalam menerima keluhan pelanggan yang dari dalam jaringan seperti *online shops* maupun luar jaringan seperti langsung ke toko miniso agar pelanggan merasa puas dan tidak kecewa kepada miniso.

3. Nilai *Customer Satisfaction*

Pada variabel *customer satisfaction* rata - rata mendapatkan respon yang positif, salah satunya ialah “Produk miniso selalu sesuai dengan harapan pelanggan” dengan nilai sebesar 52,5% atau 105 pernyataan yang memiliki jawaban dari responden (Sangat Setuju). namun masih ada responden yang memberikan tanggapan negatif, salah satunya ialah “Relatif puas dengan pengalaman berbelanja di miniso” dengan nilai sebesar 6,0% atau 12 pernyataan yang memiliki jawaban dari responden (Tidak Setuju). berdasarkan hal tersebut dapat dilihat dari efek *product quality* yang sebelumnya yaitu pelanggan mendapatkan produk yang mudah rusak saat digunakan yang menyebabkan pelanggan mendapatkan produk yang sesuai dengan yang mereka ekspektasikan. sehingga sangat diperlukan untuk meningkatkan *quality*

control dengan terus meningkatkan pengecekan terhadap barang yang telah selesai diproduksi untuk meminimalisir terjadinya produk gagal.

4. Nilai *Repurchase Intention*

Pada variabel *repurchase intention* rata - rata mendapatkan respon yang positif, salah satunya ialah “Tertarik untuk selalu menggunakan produk miniso” dengan nilai sebesar 52,5% atau 105 pernyataan yang memiliki jawaban dari responden (Sangat Setuju). namun masih ada responden yang memberikan tanggapan negatif, salah satunya ialah “Tertarik untuk membeli produk toko miniso” dengan nilai sebesar 6,0% atau 12 pernyataan yang memiliki jawaban dari responden (Tidak Setuju). berdasarkan hal tersebut peneliti menyarankan miniso untuk memperhatikan variabel kualitas produk dan kualitas layanan. dimana membuat desain produk yang mengikuti tren sekarang seperti yang telah dijelaskan sebelumnya sehingga membuat pelanggan untuk membelinya dan juga memperhatikan kualitas produk agar tidak mudah rusak dengan meningkatkan pengecekan barang yang telah selesai di produksi untuk meminimalisir produk gagal. selain itu juga perlu membuat *planning* dan *training* agar pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang telah di berikan.

5.3 Keterbatasan Penelitian

1. Penelitian ini memiliki responden dengan status pekerjaan lebih banyak pelajar atau mahasiswa, sehingga untuk hasil yang didapatkan lebih tidak merata untuk berbagai kalangan masyarakat.

2. Sumber penelitian yang ada di penelitian ini terbatas, karena hanya mengandalkan sumber literatur yang dapat diakses melalui internet dan disediakan secara gratis.
3. Literatur atau referensi mengenai hubungan mediasi terbatas.

5.4 Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya

Setelah melihat hasil penelitian ini peneliti memberikan saran untuk kepada penelitian selanjutnya:

1. Penelitian selanjutnya, dapat dilakukan dengan mengambil variabel lain yang dapat mempengaruhi *repurchase intention*. misalnya, dari segi keragaman produk menurut Nuri Mahdi Arsyanti dan Sri Rahayu Tri Astuti (2016), kemudahan menurut Marisa Arnindita Palma dan Anik Lestari Andjarwati (2016) dan lain sebagainya.
2. Penelitian dapat dikembangkan lagi dengan model penelitian yang berbeda, memperluas cakupan penelitian seperti merubah tempat penelitian seperti melakukan penelitian wilayah jabodetabek, jumlah responden yang lebih dari 200, serta karakteristik yang berbeda misalnya memilih responden melalui, pendapatan dan status pernikahan, sehingga dapat menggali kemungkinan-kemungkinan yang terjadi dan semakin menambah wawasan yang luas.
3. Pada penelitian selanjutnya, disarankan agar lebih memperdalam hasil penelitian, dapat ditambahkan dengan referensi maupun sumber data yang akurat dan lebih jelas sebagai penunjang. pada

penelitian selanjutnya disarankan agar membuat pernyataan atau indikator dalam kuesioner lebih berbobot dan menghindari pernyataan yang sama makna. saran ini dilakukan agar saat proses pengolahan dengan metode yang sama yaitu Lisrel pernyataan indikator tidak banyak di *drop out*.