

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penulis mengenai pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan *Re-buying* Produk Beras “BCL” pada CV Sri Jaya Alimin yang telah dibahas serta perhitungan-perhitungan statistik yang dilakukan. Maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel Harga (X1) berpengaruh dan signifikan terhadap variabel Keputusan *Re-buying* (Y) Produk Beras “BCL” pada CV Sri Jaya Alimin. Hal tersebut dibuktikan dengan uji T menyatakan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,302 > 1,989$ dan nilai signifikansi $< \alpha$ yaitu $0,024 < 0,05$ sedangkan taraf signifikansi α yang sebelumnya ditetapkan adalah 0,05 maka $sig\ 0,024 < 0,05$ artinya produk beras “BCL” pada CV Sri Jaya Alimin memiliki harga yang terjangkau dimana seseorang pasti akan melakukan keputusan *re-buying*.
2. Variabel Kualitas Produk (X2) berpengaruh dan signifikan terhadap variabel Keputusan *Re-buying* (Y) pada Produk Beras “BCL” pada CV Sri Jaya Alimin. Hal tersebut dibuktikan dengan uji T menyatakan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,990 > 1,989$ dan nilai signifikansi $< \alpha$ yaitu $0,004 < 0,05$ sedangkan taraf signifikan α yang sebelumnya ditetapkan adalah 0,05 maka $sig\ 0,004 < 0,05$ artinya dimana produk beras “BCL” pada CV Sri Jaya Alimin memiliki kualitas yang baik dan menjadi daya tarik sendiri bagi seorang konsumen untuk melakukan keputusan *re-buying*.
3. Variabel Citra Merek (X3) berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan *Re-buying* pada Produk Beras “BCL” pada CV Sri Jaya Alimin. Hal tersebut dibuktikan dengan uji T menyatakan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,153 > 1,989$ dan nilai signifikansi $< \alpha$ yaitu $0,034 < 0,05$ sedangkan taraf signifikansi α yang sebelumnya ditetapkan adalah 0,05 maka $sig\ 0,034 < 0,05$ artinya dimana produk beras “BCL” pada CV Sri Jaya Alimin memiliki citra merek yang positif dan para

konsumen akan melakukan keputusan *re-buying* karena mereka merasa produk tersebut sesuai dengan apa yang mereka inginkan dan harapkan.

4. Variabel Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek memiliki pengaruh dan signifikan terhadap Keputusan *Re-buying* Produk Beras “BCL” pada CV Sri Jaya Alimin. Hal tersebut dibuktikan dengan data tabel Anova uji f yang menyatakan bahwa secara simultan diperoleh nilai $f_{hitung} 17,611 > f_{tabel} 1,989$ Dengan demikian diasumsikan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dengan taraf α yang ditetapkan sebelumnya adalah 0,05. Jadi dapat disimpulkan bahwa secara simultan ataupun secara bersamaan variabel Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap Keputusan *Re-buying* Produk Beras “BCL” pada CV Sri Jaya Alimin.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh adapun saran yang dapat diberikan berhubungan dengan hasil penelitian ini sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian, indikator dengan nilai rata-rata terkecil pada variabel Harga (X1) yaitu memiliki manfaat yang bagus dibanding dengan produk lain. Dalam hal ini CV Sri Jaya Alimin harus meninjau produk dan melakukan survei atau riset penjualan untuk memastikan pendapat konsumen terhadap produk dan biayanya dibandingkan dengan barang pesaing adalah salah satu cara untuk mengatasi masalah tersebut. Bisnis juga mungkin mempertimbangkan untuk meningkatkan produk dengan kualitas fitur khusus untuk membedakan dari pesaing. Menemukan peluang untuk meningkatkan nilai produk adalah cara lain untuk meningkatkan kualitasnya. Saat memperkenalkan produk baru, penting bagi perusahaan untuk menetapkan kriteria standar dan memastikan produk memenuhi kriteria tersebut. Selain itu, sangat penting untuk menangani keluhan konsumen secara tepat waktu dan efektif dengan menawarkan solusi

yang telah diputuskan dan dilaksanakan. Selain itu, perusahaan perlu menawarkan layanan dan manfaat tambahan kepada konsumen yang mengajukan keluhan.

2. Berdasarkan hasil penelitian, indikator dengan nilai rata-rata terkecil pada variabel Kualitas Produk (X2) yaitu disesuaikan dengan kebutuhan konsumen. Dalam hal ini CV Sri Jaya Alimin harus lakukan riset pasar, perusahaan dapat menciptakan beras yang lebih memenuhi permintaan pasar dengan memahami apa yang diinginkan pelanggannya. Selain itu pertahankan komunikasi pelanggan yang efisien sebagai pelaku bisnis harus memperhatikan masukan dan keluhan pelanggan mengenai beras tersebut. Melalui mendengarkan secara aktif, perusahaan dapat memperoleh wawasan langsung mengenai keinginan-keinginan pelanggan.
3. Berdasarkan hasil penelitian, indikator dengan nilai rata-rata terkecil pada variabel Citra Merek (X3) yaitu memiliki keunikan tersendiri yang tidak dimiliki merek lain. Dalam hal ini CV Sri Jaya Alimin harus meningkatkan kualitas beras yang mereka sediakan. Perusahaan dapat membedakan dirinya dari merek lain dengan menawarkan kualitas yang lebih unggul dibanding beras merek lain. Selain itu dengan memusatkan upaya pada branding dan pemasaran, perusahaan dapat menciptakan merek yang kuat. Sebuah bisnis dapat menonjol dari pesaing dan meningkatkan loyalitas pelanggan dengan mengembangkan merek yang kuat.
4. Berdasarkan hasil penelitian, indikator dengan nilai rata-rata terkecil pada variabel Keputusan *Re-buying* (Y) yaitu membeli produk beras karena referensi dari teman. Dalam hal ini CV Sri Jaya Alimin harus mengelola keluhan pelanggan untuk mencegah dampak negatif terhadap reputasi perusahaan. Menawarkan pelanggan yang tidak puas dengan sesuatu yang istimewa dan pengalaman yang efisien adalah salah satu metode untuk mengatasi keluhan. Selain itu menjaga hubungan positif dengan pelanggan dan memastikan kebahagiaan mereka dapat meningkatkan kemungkinan pelanggan akan

merekomendasikan produk beras CV Sri Jaya Alimin kepada orang lain.

