

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan hasil analisis mengenai atribut produk You C1000 terhadap Niat beli ulang, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Penulis mendapat gambaran mengenai atribut produk You C1000. Berikut adalah kesimpulan dari hasil analisis kuesioner mengenai atribut produk You C1000.
 - Product Quality
 - (+) Responden menyatakan bahwa rasa vitamin C pada produk You C1000 sudah kuat, rasa You C1000 sudah enak dan banyak diminati, rasa You C1000 sudah segar, soda You C1000 tidak kuat atau sudah cukup, aroma You C1000 sudah Khas, aroma You C1000 sudah segar.
 - (-) Responden juga menyatakan bahwa variasi rasa You C1000 masih kurang.
 - Product Design
 - (+) Responden menyatakan bahwa kemasan You C1000 menarik, kemasan You C1000 mudah dibawa dan dipegang, kemasan You C1000 mudah untuk dibuka, Desain kemasan You C1000 menarik,Warna desain kemasan pun menarik, merek You C1000 pun mudah untuk dibaca.

(+/-) Responden menyatakan netral mengenai kelengkapan label You C1000 dapat berarti responden kurang memperhatikan kelengkapan label.

- Product style

(+) Responden menyatakan bahwa jika mengkonsumsi You C1000 dapat merasa modern, dan juga trendi.

- Product features

(+) Responden menyatakan bahwa kandungan soda pada You C1000 aman untuk dikonsumsi.

(-) Responden menyatakan bahwa volume You C1000 kurang banyak atau tidak sesuai, daya hilang dahaga You C1000 kurang.

- Brand

(+) Responden menyatakan bahwa merek You C1000 sudah trendi, modern, mudah untuk mengingat merek You C1000.

2. Penulis mendapat gambaran bagaimana Niat beli ulang konsumen terhadap produk you C1000. Berikut adalah kesimpulan dari hasil analisis kuesioner mengenai Niat beli ulang konsumen.

(+) Responden menyatakan mungkin ya lebih memilih You C1000 dibandingkan minuman lainnya, dan mungkin ya untuk melakukan pembelian ulang.

(+/-) Responden pun ragu-ragu untuk mencari info lebih banyak mengenai You C1000, dan ragu-ragu untuk merekomendasikan produk kepada orang lain.

3. Di dalam penelitian ini menunjukkan pengaruh masing-masing variabel atribut produk You C1000 yang terhadap niat beli ulang konsumen. Hal ini dapat dilihat dari :

- Analisis Koefisien Determinasi

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut diperoleh koefisien determinasi :

- Untuk Product design (X1) terhadap niat beli ulang (Y) sebesar 34,9%
- Untuk Product quality (X2) terhadap niat beli ulang (Y) sebesar 26,9%
- Untuk Product Style (X3) terhadap niat beli ulang (Y) sebesar 38,4%
- Untuk Product features (X4) terhadap niat beli ulang (Y) sebesar 7,4%
- Untuk Brand (X5) terhadap Niat beli ulang (Y) sebesar 46,8%

Jadi dapat disimpulkan dari variabel atribut produk yang ada, yang paling berpengaruh terhadap niat beli ulang konsumen adalah Brand (X5), yaitu sebesar 46,8%.

- Pengujian Hipotesis

Berdasarkan hasil perhitungan uji hipotesis diperoleh :

- Untuk Product design (X1) terhadap niat beli ulang (Y)

Berdasarkan hasil perhitungan uji hipotesis diperoleh p-value pada kolom sig 0,00, sedangkan level of significant yang telah ditentukannya

adalah 0,05. Jadi $0,00 < 0,05$ artinya significant. Berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya **Product Design You C1000 berpengaruh terhadap niat beli ulang konsumen.**

- Untuk Product quality (X2) terhadap niat beli ulang (Y)

Berdasarkan hasil perhitungan uji hipotesis diperoleh p-value pada kolom sig 0,00, sedangkan level of significant yang telah ditentukannya adalah 0,05. Jadi $0,00 < 0,05$ artinya significant. Berarti H_0 ditolak dan H_2 diterima. Artinya **Product Quality You C1000 berpengaruh terhadap niat beli ulang konsumen.**

- Untuk Product Style (X3) terhadap niat beli ulang (Y)

Berdasarkan hasil perhitungan uji hipotesis diperoleh p-value pada kolom sig 0,00, sedangkan level of significant yang telah ditentukannya adalah 0,05. Jadi $0,00 < 0,05$ artinya significant. Berarti H_0 ditolak dan H_3 diterima. Artinya **Product Style You C1000 berpengaruh terhadap niat beli ulang konsumen.**

- Untuk Product features (X4) terhadap niat beli ulang (Y)

Berdasarkan hasil perhitungan uji hipotesis diperoleh p-value pada kolom sig 0,001, sedangkan level of significant yang telah ditentukannya adalah 0,05. Jadi $0,001 < 0,05$ artinya significant. Berarti H_0 ditolak dan H_4 diterima. Artinya **Product Features You C1000 berpengaruh terhadap niat beli ulang konsumen.**

- Untuk Brand (X5) terhadap Niat beli ulang (Y)

Berdasarkan hasil perhitungan uji hipotesis diperoleh p-value pada kolom sig 0,00, sedangkan level of significant yang telah ditentukannya adalah 0,05. Jadi $0,00 < 0,05$ artinya significant. Berarti H_0 ditolak dan H_5 diterima. Artinya **Brand You C1000 berpengaruh terhadap niat beli ulang konsumen.**

5.2 Saran

1. Dengan mengetahui apa yang diinginkan oleh konsumen maka perusahaan dapat mempertahankan atribut produk yang telah baik dan lebih dikembangkan lagi atribut produknya, misalnya dengan menciptakan produk You C1000 dengan rasa yang baru. selain itu juga dapat mengembangkan produk dengan Volume yang lebih banyak. Dengan banyaknya variasi rasa dan makin banyak juga vitamin yang dikandung oleh produk dan dengan volume yang lebih banyak, akan dapat menarik konsumen untuk membeli dan melakukan pembelian ulang.
2. Memberikan informasi selengkap mungkin mengenai produk yang ditawarkan, sehingga para konsumen mengetahui apa saja kelebihan-kelebihan dari produk tersebut, misalnya dengan menuliskan manfaat produk pada kemasan. Sehingga pengetahuan konsumen akan produk akan lebih meningkat dengan begitu konsumen akan tertarik untuk melakukan pembelian dan pembelian ulang.