

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menggunakan analisis deskriptif dan verifikatif dengan menggunakan *path analysis* mengenai pengaruh kualitas produk dan sikap merek terhadap minat pembelian ulang (survei pada pengguna laptop Acer pada forum Kaskus) maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Gambaran kualitas produk pada pengguna laptop Acer pada forum Kaskus menunjukkan kategori baik. Gambaran kualitas produk diukur melalui dimensi *performance, reliability, features, durability, conformance, dan design*. Hasil temuan empiris pada penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk laptop Acer pada forum Kaskus dikategorikan baik sudah baik.
2. Gambaran sikap merek pada pengguna laptop Acer pada forum kaskus menunjukkan kategori sudah cukup baik. Gambaran sikap merek diukur melalui dimensi *kognitif dan afektif*. Hasil temuan empiris pada penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat penilaian sikap merek pada pengguna laptop Acer pada forum kaskus dinilai sudah cukup baik.
3. Gambaran minat pembelian ulang pada pengguna laptop Acer pada forum Kaskus menunjukkan kategori cukup baik. Gambaran minat pembelian ulang diukur melalui dimensi *Resistance against better alternatives, Willingness to pay premium price, dan Niat membeli dengan penambahan intensitas/frekuensi*). Hasil temuan empiris pada penelitian ini menunjukkan bahwa minat pembelian ulang pada pengguna laptop Acer pada forum kaskus sudah cukup baik.
4. Pengaruh kualitas produk dan sikap merek terhadap minat pembelian ulang pada pengguna laptop Acer pada forum kaskus berpengaruh secara positif dan signifikan. Dimensi dari kedua variabel yang mempunyai pengaruh besar terhadap minat pembelian ulang adalah *conformance* yang merupakan dimensi dari kualitas produk dan afektif yang merupakan dimensi sikap merek.

Dengan demikian semakin tinggi kualitas produk dan sikap merek, maka akan semakin tinggi pula minat pelanggan untuk melakukan pembelian ulang.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian, penulis merekomendasikan beberapa hal mengenai pengaruh kualitas produk dan sikap merek terhadap minat pembelian ulang sebagai berikut.

1. Dimensi minat pembelian ulang yang paling rendah yaitu pada aspek *Resistance against better alternatives*. Untuk meningkatkan *Resistance against better alternatives*, penulis merekomendasikan perusahaan untuk meningkatkan promosi-promosi baik melalui media sosial maupun media lainnya serta melakukan event-event yang berkaitan dengan teknologi digital, sehingga kemampuan laptop Acer dapat diketahui luas oleh pelanggan, konsumen, maupun calon konsumen.
2. Dimensi kualitas produk paling rendah yaitu aspek *design*. Untuk meningkatkan *design*, maka laptop Acer diharapkan dapat meningkatkan tampilan agar sesuai dengan selera mayoritas pengguna selain meningkatkan tampilan, seperti varian warna yang banyak dan menarik sesuai dengan milenial, menambahkan spesifikasi yang handal.
3. Dimensi sikap merek yang paling rendah yaitu *kognitif*. Untuk meningkatkan dimensi *kognitif* maka laptop Acer perlu meningkatkan reputasi perusahaan meningkatkan hubungan baik dengan pelanggan dengan menciptakan kepuasan bagi pengguna laptop Acer, sehingga pelanggan akan melakukan pembelian ulang.