**BAB V**

**SIIMPULAN DAN SARAN**

**5.1 Kesimpulan**

Bertitik tolak pada rumusan masalah, kajian teoritis, pembahasan masalah, analisis data empirik dan hasil terhadap hipotesis, maka pada bab ini peneliti akan mengemukakan beberapa hal yang dapat peneliti simpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis peneliti mengenai kelengkapan produk pada Kawan Baru Cianjur kurang baik. Sehingga perusahaan harus lebih memperhatikan mengenai kelengkapan produk yang ada di Kawan Baru Cianjur. Terutama mengenai variasi produk, dimana Kawan Baru sebagai usaha dibidang property belum memiliki produk ynng unggul. Hal tersebut dapat dilihat dari skor jawaban responden dimana indicator variasi produk yaitu mengenai keunggulan produk yang mempunyai skor paling kecil diantara skor indikator-indikator kelengkapan produk.
2. Berdasarkan hasil analisis peneliti mengenai pembelian ulang konsumen kurang baik sehingga perlu ditingkatkan lagi. Hal tersebut dikarenakan pengalaman konsumen setelah melakukan pembelian sebelumnya di Kawan Baru . Hal ini dapat dilihat dari jawaban responden mengenai pembelian ulang dimana indicator faktro psikologis yaitu mengenai pengalaman konsumen saat melakukan pembelian Kawan Baru mempunyai skor paling kecil diantara skro indicator-indikator pembelian ulang
3. Dari hasil perhitungan pengujian pengaruh kelengkapan produk melalui dimensi keragaman produk, variasi produk, ketersediaan produk dan macam merek terhadap pembelian ulang menunjukkan bahwa adanya hubungan yang cukup kuat antara keragaman produk, variasi produk, ketersediaan produk dan macam merek dengan pembelian ulang. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa pembelian ulang dapat dipengaruhi oleh keragaman produk, variasi produ, ketersediaan produk dan macam merek . Artinya keragaman produk, variasi produk, ketersediaan produk dan macam merek lebih ditingkatkan dapat menjamin timbulnya pembelian ulang terhadap produk yang ditawarkan oleh Kawan Baru. Pengaruh keragaman produk, variasi produk, ketersediaan produk dan macam merek secara bersama-sama terhadap pembelian ulangmenunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara variabel-variabel tersebut.
4. Berdasarkan perhitungan analisis jalur menunjukkan bahwa baik pengaruh langsung maupun pengaruh tidak langsung dapat menjadi faktor yang dominan dalam mempengaruhi pembelian ulang diantara variabel keragaman produk, variasi produk, ketersediaan produk dan macam merek.

**5.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Seiring berkembang dan semakin banyaknya perusahaan penyedia bahan bangunan menuntut Kawan Baru untuk menambah kelengkapan produk, dengan mengikuti perkembangan mengenai produk bahan bangunan. Dengan memperhatikan keragaman produk, variasi produk, ketersediaan produk dan macam merek diharapkan menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen untuk melakukan pembelian ulang terhadap produk Kawan Baru..
2. Semakin maraknya tempat penjualan bahan, membuat Kawan Baru perlu menggunakan strategi kreatif dalam menarik konsumen untuk melakukan pembelian ulang. Salah satunya yaitu keberagaman wahana yang diharapkan dapat menarik perhatian masyarakat sukabumi saja, akan tetapi diluar Sukabumi.. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa atriibut produk pariwisata merupakan variabel yang paling banyak mempengaruhi pembelian ulang. Oleh karena itu perusahaan diharapkan dapat terus meningkatkan dan lebih memperhatikan kelengkapan produk dalam meningkatkan pembelian ulang.
3. Untuk meningkatkan pembelian ulang pada produk Kawan Baru, perlu adanya cara efekktif yang dapat digunakan untuk mengembangkan kelengkapan produk di PT.Cahaya Perkasa Sentana. Selain itu, perusahaan juga perlu mengevaluasi kelengkapan produk yang tersedia. Karena dengan mengetahui kelengkapan produk yang tersedia akan memahami cara paling efektif dalam mengembangkan kelengkapan produk yang ditawarkan sehingga dapat membentuk pembelian ulang seperti yang diharapkan oleh perusahaan.