

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dari pengujian dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas produk dan daya tarik iklan TV secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang konsumen Luwak White Koffie di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya.
2. Variabel yang dominan berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen Luwak White Koffie di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya adalah variabel daya tarik iklan TV.

#### **B. Saran**

Berdasarkan hasil dari kesimpulan diatas, maka ada beberapa saran sebagai berikut:

1. Untuk tercapainya kepuasan pelanggan yang lebih baik, maka disarankan kepada PT. Java Prima Abadi sebagai perusahaan yang memproduksi Luwak White Koffie untuk melakukan evaluasi, terutama tingkat konsistensi pada kualitas produk yang diberikan kepada pelanggan.

2. Disarankan untuk terus melakukan inovasi terhadap iklan yang disajikan kepada konsumen agar sesuai dengan pangsa pasar, seperti menggunakan *brand ambassador* yang sedang terkenal untuk dijadikan bintang iklan.
3. Kepada para peneliti selanjutnya disarankan agar lebih memperdalam unit analisisnya, baik variabel maupun indikator penelitian, sehingga dapat lebih mempertajam hasil yang sudah peneliti peroleh di dalam penelitian ini.