

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini dan pembahasan yang telah di kemukakan sebelumnya , maka dapat disampaikan beberapa kesimpulan dalam peneliti sebagai berikut:

1. Variasi produk berpengaruh positif terhadap minat beli ulang Mie Gacoan pada Generasi Z di Kota Padang.
2. Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang Mie Gacoan pada Generasi Z di Kota Padang.
3. *Word Of Mouth* berpengaruh positif terhadap minat beli ulang Mie Gacoan pada Generasi Z di Kota Padang.

5.2 Implikasi Penelitian

Sesuai dengan hasil pengujian hipotesis yang telah di lakukan dapat diajukan implikasi yang penting dapat bermanfaat bagi masyarakat yang berniat melakukan minat beli ulang Mie Gacoan. Hasil penelitian ini menunjukkan variasi produk, kualitas pelayanan, *word of mouth* dan dapat membuat konsumen melakukan Tindakan minat beli ulang terhadap Mie Gacoan khususnya konsumen pada Generasi Z di Kota Padang. Mie Gacoan harus mampu menghadirkan variasi produk yang baik untuk para konsumen sehingga terciptanya kondisi *repurchase intention* di kalangan masyarakat dan membuat masyarakat itu sendiri merekomendasikan makanan yang mereka konsumsi ke orang lain.

5.3 Keterbatasan dan Saran

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi penelitian yang telah di sampaikan sebelumnya, maka berikut ini dapat dikemukakan saran dan keterbatasan dalam penelitian ini:

1. Penelitian ini hanya di lakukan pada konsumen Generasi Z pada Kota Padang, sehingga hasil penelitian ini belum dapat berlaku sama pada konsumen daerah lainya. Dengan demikian, bagi peneliti yang akan datang dapat mengujikan model penelitian ini pada konsumen di daerah-daerah lainya.
2. Penelitian ini hanya menggunakan tiga variabel yang mempengaruhi minat beli ulang yaitu variasi produk, kualitas pelayanan, *word of mauth* sehingga variabel-variabel lain yang berpotensi mempengaruhi minat beli ulang seperti bauran pemasaran lainya masih terabaikan. Dengan demikian, bagi peneliti yang akan datang hendaknya menambahkan variabel-variabel lain tersebut kedalam model penelitiannya.
3. Penelitian ini hanya menggunakan sebanyak 102 orang responden. Dengan demikian, disarankan bagi peneliti yang akan datang agar menggunakan jumlah responden yang lebih banyak lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Andari, D. S., & Mathori, M. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Mie Gacoan Yogyakarta Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 3(2), 468–489. <https://doi.org/10.32477/jrabi.v3i2.718>
- Andriansyah, A. (2024). Pengaruh Variasi Produk, Experiential Marketing, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Pembelian Ulang Konsumen Pada Kedai Vanko Di Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 13(3).
- Andy Sernovitz; Seth Godin. (2012). *Word of mouth marketing: how smart companies get people talking*. In Kaplan Publishing.
- Anwar, R. N., & Wardani, F. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Produk Scarlett Di E-Commerce Shopee. *NUSANTARA: Ilmu Pengetahuan Sosial*, 8(5), 1370–1379. <http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/nusantara/index>
- Ardiyansyah, M., & Abadi, M. T. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Harga, dan Word of Mouth terhadap Minat Beli Ulang dengan Kepuasan Konsumen Muslim sebagai Pemediasi. *Journal of Business & Applied Management*, 16(1), 079. <https://doi.org/10.30813/jbam.v16i1.4236>
- Ari Luh Ni, Wayan Ni, N. utu N. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang di Bandung Collection Kecamatan Kuta Utara, Badung. *Online Internasional & Nasional*, 1(3), 171–181. www.journal.uta45jakarta.ac.id
- Arikunto, A. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. PT. Rineka Cipta.
- Arum, O., Nuning, L., & Listyowati, R. P. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Word O Mouth Terhadap Minat Beli Ulang (Repurchase Intention) (Studi Kasus Di Coffee Shop Kopi Dari Hati D'kebon Selo Boyolali). *EKOBIS: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 10(2), 2022.
- Aspizain, C., & Agung, R. E. (2022). Kualitas Pelayanan dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada UMKM di Jakarta (Studi Kasus Pembelian Melalui Shopee). *Responsive*, 5(1), 19. <https://doi.org/10.24198/responsive.v5i1.39338>
- Azka, U. H., Dewi, E., Amaliyah, E., & Prabasari, B. (2025). *Dampak WOM , Kualitas Pelayanan , dan Variasi Produk pada Minat Beli Ulang Loenpia*. 1(1), 1–11.
- Cahya, A. D., Annisa, I. N., Setiawan, F. B., & Dharmanisa, A. L. (2021). ANALISIS PENGARUH SERVICE QUALITY DAN WORD OF MOUTH (WOM) TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (Studi Kasus UKM Bakpia Boomber Mas Raga Gunung Kidul). *Jurnal Daya Saing*, 7(2), 168–

173. <https://doi.org/10.35446/dayasaing.v7i2.677>

- Dinata, F. R., & Yulianto, A. E. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran dan Word Of Mouth (WOM) terhadap Minat Beli Ulang Pada Konsumen Cozy Living Interior Design dan Furniture Contactor. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10(11), 1–14. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/4389>
- Dwi Indah Utami. (2022). Pengaruh Customer Experience Dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Ulang Bittersweet By Najla Cabang Depok. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(04), 33–42. <https://doi.org/10.56127/jukim.v1i04.143>
- Dwiyanti, A., Fathin, A. A., Anggara, A. D., & Sanjaya, V. F. (2024). Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Ayam Geprek Mas Boy Cabang Pringsewu. 5(1), 31–38.
- Eva, W. S., & Hari, S. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Produk Dunkin' Donuts Di Dki Jakarta. 9(2), 115–126. <https://library.universitaspertamina.ac.id/xmlui/handle/123456789/11570>
- Febriyanto, N. A., & Widiartanto, W. (2022). Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Pada Pelanggan Burgerking Paragon Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(3), 1226–1237. <https://doi.org/10.14710/jiab.2021.31865>
- Ferdinand. (2002). *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman penelitian untuk Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen, Semarang : Badan Penerbit*.
- Ferdinand. (2019). Pengaruh Word of Mouth (WOM) Terhadap Minat Beli Mebel Di Palembang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 12(2), 414–416.
- Gian, O., Aprilia, E. D., & Beny, S. M. (2024). Pengaruh variasi produk, harga, lokasi terhadap minat beli konsumen pada toko wisnu di singonegaran kota kediri. 2(4), 296–306.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective (7th ed.)*. New Jersey: Pearson Education.
- Hilda Zannuba, S., & Prawitasari, D. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Dan Kualitas Pelayanan Melalui Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 12(2), 176–193. <https://doi.org/10.12928/fokus.v12i2.6640>
- Ilmy Setya Budy, K. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Korean Food Yeobo Topokki. *Bisnis, Dan Sosial*, 1(2), 131–143.
- Kholida, N. S. N., & Rahayu, N. P. W. (2024). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 19(2), 475–490.
- Kotler, & Keller. (2016). Pengaruh Citra Merek, Harga, Suasana Toko dan Word of Mouth terhadap Minat Beli Ulang KFC di Ayani Mega Mall Pontianak.

Journal Management Business Innovation Conference, 1(1), 41–57.

- Lestari, A., & Faizin, M. (2020). *Pengaruh Store Atmosphere Dan Variasi Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang (Studi Kasus Warung Upnormal Cabang Gresik). Jurnal Akuntansi Dan Manajemen "Gema Ekonomi," 9(1), 85–97.*
- Lestari, B., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Coffeeville-Oishi Pan Magelang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM, 2(3), 150–159.* <https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v2i3.374>
- Lili Salfina, L. S., & Fernando, R. (2023). Pengaruh Keragaman Produk, Tata Letak Produk Dan Suasana Toko Terhadap Minat Beli Ulang. *Jurnal Point Equilibrium Manajemen Dan Akuntansi, 5(1), 90–104.* <https://doi.org/10.59963/jpema.v5i1.144>
- Munandar, A., Erdkhadifa, R., Negeri, I., Ali, S., & Tulungagung, R. (2023). *PENGARUH WORD OF MOUTH , KUALITAS PELAYANAN , MEDIA SOSIAL , STORE ATMOSPHERE , FASILITAS , DAN HARGA. 2(1), 50–74.*
- Mustika, M. A. C., Suwarni, E., & Anggarini, D. R. (2023). Pengaruh Customer Experience Dan Variasi Produk. *Strategy of Management and Accounting Through Research and Technology (SMART), 2, 35–46.*
- Ni, R. A. K. L., I, P. S. M., & Made, A. P. (2022). *PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN VARIASI PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (Studi. 01(4), 1–23.*
- Ningsih, F. F., Darmawan, K., & ... (2021). Pengaruh Harga, Word Of Mouth, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang pada Shopee (Studi pada Konsumen Shopee di Kecamatan Kunir Kabupaten *Jobman: Journal of ...*, 43–52. <https://jkm.itbwigalumajang.ac.id/index.php/jrm/article/view/470>
- Ningsih, M., & Amirulmukminin, A. (2020). Pengaruh Variasi Produk Dan Fasilitas Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Ilo Peta Kota Bima. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan), 4(3), 280–285.* <https://doi.org/10.58258/jisip.v4i3.1184>
- Octaviana, R. A., & Nugrahaningsih, H. (2018). Pengaruh Experiential Marketing Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Membeli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pt. Meratus Line Jakarta). *Jurnal Online Internasional & Nasional, 6(2), 57–72.*
- Pamenang, W., & Soesanto, H. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan dan Words of Mouth terhadap Minat Beli Ulang Konsumen. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia, 15(3), 206–211.*
- Parasuraman, A., Leonard L. Berry, V. Z. (1991). *Refinement and reassessment of the SERVQUAL. Scale", Journal of retiling.*

- Parasuraman, A., Berry, L. L., & Zeithaml, V. A. (1998). Refinement and Reassessment of the SERVQUAL. *Journal of Relating*, 67(May 2017).
- Prasasti, Intan, Sitohang, Ameli, Hesekiel, Fauziah, & Syifa. (2022). Prosiding Seminar Nasional Manajemen. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen*, 1(2), 72–76. <https://doi.org/10.32493/jism.v4i4>
- Prihandoyo, C., Moorcy, H. nadi, & Nely, R. T. (2025). *Journal geoekonomi fakultas ekonomi universitas balikpapan*. 14(1), 17–29.
- Prinia, D., Rizki Ibnu Fatih, M., & Deriefca Rahmawati, N. (2022). Litterrature Review Word of Mouth Dalam Membentuk Minat Pembelian Ulang: Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 225–239. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.868>
- Rae Ginola Purba, B. R. (2025). *PENGARUH BRAND AWARENESS , BRAND IMAGE , DAN WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG KONSUMEN MIE GACOAN YOGYAKARTA*. 19(1), 57–73.
- Rahmawati, P. (2023). Pengaruh Variasi Produk ... *Jurnal Ilmu Manajemen*, 3(1), 89–98.
- Ramadhani, M., & El Ikhsan, N. (2022). Pengaruh Experiential Marketing Dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Ulang Pada Outlet Street Boba Cabang Rawamangun. *JAMBIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(4), 595–607.
- Safitri, A. N. (2021). Pengaruh brand image, persepsi harga dan kualitas layanan terhadap minat beli ulang pada Lazada. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 1(1), 1–9. <https://doi.org/10.37631/e-bisma.v1i1.212>
- Saputra, Y., Sjafitri, H., & Candra, Y. (2016). Pengaruh Kualitas Jasa, Lokasi dan Word of Mouth Terhadap Minat Beli Ulang pada Bengkel Fery Motor Padang. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 7(3), 1–10.
- Sayda Nisa, Daris Zunaida, K. U. A. (2024). *PENGARUH STORE ATMOSPHERE, VARIASI PRODUK DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI ULANG LAWSON DIENG MALANG (STUDI PADA PELANGGAN LAWSON DIENG MALANG)*, 13(1), 303–312.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV AFABETA.
- Suwandi. (2024). *Management and business progress*. 3(1), 81–93.
- Vicky, V., & Rustam, T. A. (2023). Pengaruh Variasi Produk, Brand Image, Dan Kualitas Informasi Terhadap Minat Beli Di Bestmart Supermarket Batam. *Jesya*, 6(2), 2015–2023. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i2.1099>
- Vinci, M. (2009). *Manajemen Bisnis Eceran*. Bandung: Sinar Baru Algensindo.
- Wardani, S. K., & Witjaksono Eko Hartoto. (2024). Pengaruh Kualitas Website, Variasi Produk, Dan Persepsi Harga, Terhadap Minat Beli Konsumen Pada

- Marketplace Bukalapak. *CEMERLANG : Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 4(1), 293–308. <https://doi.org/10.55606/cemerlang.v4i1.2468>
- Wijastuti, R. D., & Cantika, N. (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Jasa Gofood Di Kota Sorong. *Kalianda Halok Gagas*, 1(1), 1–8. <https://doi.org/10.52655/khg.v1i1.3>
- Winayaputra, M. I. L., & Trisnawati, D. P. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Variasi Produk, Dan Islamic Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Value Equity Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(2), 1994–2001. <https://doi.org/10.29040/jiei.v10i2.13103>
- Yuliana, H., & Pratiwi, A. (2024). Pengaruh Variasi Produk, Cita Rasa, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Survei pada Kopi Janji Jiwa Karanganyar). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(7), 393–404.