

## BAB 6

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 6.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis mengenai pengaruh *Service Quality* terhadap Minat Beli Ulang, maka penulis dapat menarik kesimpulan bahwa:

1. Adanya pengaruh signifikan dari variabel *Service Quality* terhadap minat beli ulang, dimana *Service Quality* memberikan kontribusi sebesar 50.6% dalam mempengaruhi minat beli ulang konsumen. Sementara 49.4% merupakan pengaruh dari variabel lain yang tidak diteliti diantaranya *Brand Awareness*, *Trust*, *Consumer Review*, dan lainnya.
2. Adanya hubungan antara variabel *Service Quality* dengan Minat Beli Ulang yaitu sebesar 0,712. Berdasarkan kriteria interpretasi koefisien korelasi, nilai sebesar 0,712 termasuk kedalam kategori hubungan yang kuat. Dapat disimpulkan dari data tersebut, bahwa *Service Quality* dan Minat Beli Ulang pada konsumen MAMAWASH laundry memiliki hubungan yang kuat.

## 6.2. Saran

### 1. Untuk Perusahaan

- Berdasarkan hasil Observasi penulis, penulis melihat bahwa masih terjadi ketidak telitian saat proses penerimaan pakaian hingga mencuci, sehingga dapat tertukar dengan konsumen lain. Maka penulis menyarankan kepada MAMAWASH *laundry* untuk lebih teliti kembali, menggunakan label pada keranjang pakaian konsumen dan dipisahkan dari konsumen lain dari awal masuk kedalam proses sampai akhir proses hingga pakaian siap diambil oleh konsumen.
- Penulis berharap MAMAWASH *laundry* terus menjaga hal yang sudah dinilai baik oleh konsumen, sehingga nantinya lebih banyak konsumen yang menjadi pelanggan tetap.

### 2. Untuk Peneliti Selanjutnya

- Penulis menyarankan untuk penelitian selanjutnya diharapkan untuk meneliti variabel lain yang belum diteliti seperti Loyalitas Konsumen, sehingga didalam penelitian selanjutnya mendapatkan pengetahuan apakah minat beli ulang dapat berjalan dengan baik sehingga menciptakan konsumen yang loyal (Pelanggan) terhadap MAMAWASH *laundry*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmed S. (2014). From Customer Perceived Value to Repurchase Intention. *International Journal of Ethics in Social Science*, 1-14.
- AYOBANDUNG. (2019, April 27). *Laundry, Peluang Bisnis yang Menjanjikan*. Retrieved from AYOBANDUNG.COM:  
<https://www.ayobandung.com/read/2019/04/27/50844/laundry-peluang-bisnis-yang-menjanjikan>
- Badan Pusat Statistik Kota Bandung. (2019). *Kota Bandung Dalam Angka . 2019*.
- Badan Pusat Statistik provinsi Jawa Barat. (2015). Retrieved from  
<https://jabar.bps.go.id/statictable/2018/03/19/416/jumlah-kendaraan-bermotor-umum-dan-bukan-umum-untuk-bpkb-menurut-cabang-pelayanan-di-jawa-barat-2016.html>
- Bulut, Z. (2015). Determinants of Repurchase Intention in Online Shopping: a Turkish Consumer's Perspective. *International Journal of Business and Social Science*, p. 56.
- Drucker, P. (1973). *Management: Tasks, Responsibilities, Practices*. New York: Harper & Row.
- Ferdinand, A. (2002). *Structural Equation Modelling dalam Penelitian Manajemen Ed. 2*. Semarang: BP Undip.

- Gayatri, Y. (2019). Pengaruh Service Quality terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Dr. Blu Delivery Carwash.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Dipenogoro.
- GOJEK. (2019). Retrieved from <https://www.gojek.com/goauto/>
- Hadani, A. L. (2008). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Empiris Pada PT. Sriwijaya Air Distrik). *Jurnal Bisnis STRATEGI Vol. 17 No. 2 Desember* .
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service).
- Ibzan, E., Balarabe, F., & Jakada, B. (2016). Consumer Satisfaction and Repurchase Intentions. *Developing Country Studies Vol. 6 No. 2*.
- Ibzan, E., Balarabe, F., & Jakada, B. (2016). Customer Satisfaction and Repurchase Intentions. *Developing Country Studies, 6(2)*.
- Keller, K. L., & Kotler, P. (2016). *Marketing Management 15 Global Edition*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Khoirunnisa. (2016, October 7). *Tambah Layanan Baru, Go-Jek Hadirkan Salon Mobil Online Go-Auto*. Retrieved from Selular.id:  
<https://selular.id/2016/10/tambah-layanan-baru-go-jek-hadirkan-salon-mobil-online-go-auto/>

Kompas.com. (2013, 17). "*Cashless Society*", *Gaya Hidup Generasi Millennial*.

Retrieved from Lifestyle Kompas:

<https://lifestyle.kompas.com/read/2013/01/07/12160526/.Cashless.Society>.

Gaya.Hidup.Generasi.Millennial

Kotler, & Keller. (2016). *Marketing Management 15th Ed.* Essex: Pearson

Education Limited.

Kotler, & Keller. (2016). *Marketing Management 15th Ed.* Essex: Pearson

Education Limited.

Li, H., & Hong, J. (2013). Factors Influencing Consumers' Online Repurchasing

Behavior. *A Review and Research Agenda*, 1-6.

Liputan 6. (2018, Juni 24). *Mau Sukses Bisnis Laundry Koin? Yuk, Simak Tips*

*Sukses dari Pelopornya*. Retrieved from Liputan6.com:

[https://www.liputan6.com/bisnis/read/3565353/mau-sukses-bisnis-](https://www.liputan6.com/bisnis/read/3565353/mau-sukses-bisnis-laundry-koin-yuk-simak-tips-sukses-dari-pelopornya)

[laundry-koin-yuk-simak-tips-sukses-dari-pelopornya](https://www.liputan6.com/bisnis/read/3565353/mau-sukses-bisnis-laundry-koin-yuk-simak-tips-sukses-dari-pelopornya)

Oraei, M., Mohammadpoor, E., & Khodaverdi, H. (2014). The Influence of

Service Quality on Repurchases Intention: Mediating Role of Customer

Satisfaction, Trust and Commitment. *Arth Prabhand: A Journal of*

*Economics and Management*, 1-11.

Pantjawati, J. (2015). PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP

MINAT PEMBELIAN ULANG MELALUI KEPUASAN PELANGGAN

DI KARTINI RESTORAN SURABAYA PLAZA HOTEL. 9.

- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing Vol. 49*, 44-46.
- Pusat Studi Transportasi dan Logistik UGM. (2017, October 2017). Retrieved from <http://pustral.ugm.ac.id/2017/10/05/mengapa-kendaraan-pribadi-terus-bertumbuh/>
- Putranto, R. A. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang Konsumen di Amnesti Kopi.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. L. (2015). *Consumer Behavior*. Essex: Pearson Education Limited.
- Sekaran, U. (2015). *Research Methods For Business (Metode Penelitian untuk Bisnis) Edisi 4*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Sukoco, B. M., & Hartawan, R. A. (2011). Pengaruh Pengalaman dan Keterikatan Emosional pada Merk terhadap Loyalitas Konsumen . *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, 1-12.

Tan, Y. (2019). SERVICE QUALITY TERHADAP REPURCHASE INTENTION DENGAN CUSTOMER SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA NASABAH PT BANK CENTRAL ASIA Tbk STUDI KASUS KCU DARMO DI SURABAYA.

Tan, Y. (2019). SERVICE QUALITY TERHADAP REPURCHASE INTENTION DENGAN CUSTOMER SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA NASABAH PT BANK CENTRAL ASIA Tbk STUDI KASUS KCU DARMO DI SURABAYA.

Tjiptono, F. (2011). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2018). *Service, Quality & Satisfaction Ed. 4*. Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET.

Wahyono, E. T. (2006). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Industri Retail .