

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab V ini akan berisikan kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian yang telah dilakukan serta inti sari dari penelitian. Pada bab ini juga berisikan saran-saran untuk penelitian selanjutnya.

#### **V.1 Kesimpulan**

Berikut ini kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian yang telah dilakukan.

1. Faktor yang memengaruhi minat beli ulang konsumen pada Rocka Rooster *Fried Chicken* yaitu kepuasan pelanggan, reputasi tempat makan dan *trust*. Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu faktor *product, price dan place*.
2. Tingkat minat beli ulang konsumen pada Rocka Rooster *Fried Chicken* masih tergolong sangat rendah dengan nilai rata-rata 2.62 dari skala 5. Nilai yang didapatkan ini menunjukkan bahwa masih adanya ruang untuk dilakukan perbaikan guna meningkatkan minat beli ulang di Rocka Rooster *Fried Chicken*.
3. Usulan perbaikan yang diberikan kepada Rocka Rooster *Fried Chicken* dilakukan berdasarkan grafik IPMA yang telah dibuat. Terdapat 4 usulan perbaikan yaitu satu usulan untuk variabel *product* yaitu Rocka Rooster dapat mencoba melakukan penambahan garnish atau hiasan. Terdapat dua usulan yang diberikan untuk variabel *place* yaitu pembuatan plang atau banner didepan tempat makan untuk menunjukkan lokasi keberadaan Rocka Rooster agar terlihat lebih jelas dan membuat SOP kebersihan serta usulan terakhir yang diberikan untuk variabel reputasi tempat makan adalah melakukan pemasaran secara rutin melalui media sosial dengan mengunggah beberapa konten yang menyenangkan dan menarik.

## **V.2 Saran**

Saran yang diberikan untuk penelitian selanjutnya dengan penelitian yang serupa yaitu

1. Melakukan pengujian dengan bentuk model penelitian lainnya.
2. Dapat menggunakan referensi literatur yang berbeda guna untuk memperoleh variabel dan atribut lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bentler, P. M., & Chou, C. P. (1987). *Partical Issues In Structural Modeling. Sociological Methods & Research*, Vol 16, 78-117. doi:10.1177/0049124187016001004
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2013). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling*. California: SAGE Publications.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling*. California: SAGE Publications.
- Haryono, S., dan Parwoto, W. (2013). *Structural Equation Modeling: Untuk Penelitian Manajemen Menggunakan AMOS 18.00*. Bekasi: Badan Penerbit PT. Intermedia Personalia Utama.
- Hudoyo, A., Rangga, K. K., & Prasetyowati, A. (2016). Identifikasi Atribut Kepuasan dan Pelayanan Rumah Makan Olahan Ayam di Kota Bandar Lampung. *JIIIA*, Vol 4 No. 4.
- Jayani, D. H. (2019, April 29). *Jumlah Penduduk Indonesia 269 Juta Jiwa, Terbesar Keempat di Dunia*. (H. Widowati, Editor) Retrieved from Databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/04/29/jumlah-penduduk-indonesia-269-juta-jiwa-terbesar-keempat-dunia>
- Kline, R.B. (2010). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling*. The Guilford Press, New York.
- Kotler, P. (2002) *Marketing Management*, Millenium Edition (10th Edition). New Jersey, USA: Printice Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2011). *Principles Of Marketing* (14th Edition). New Jersey, USA: Printice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14th Edition). New Jersey, USA: Prentice Hall.
- Mannan, M., Chowdhury, N., Sarker, P., & Amir, R. (2019). *Modeling Customer Satisfaction And Revisit Intention In Bangladeshi Dining Restaurants. Journal of Modelling in Management*, Vol. 14 No 4, pp. 922-947. doi:10.1108/JM2-12-2017-0135

- Martilla, J. A., & James, J. C. (1977). *Importance-Performance Analysis*. *Journal of Marketing*, 41(1), 77-79. doi: 10.2307/1250495
- Mothersbaugh, D. L., & Hawkins, D. I. (2015). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. New York: McGraw-Hill Education.
- Oktavita, R., Hidayat, K., & Suharyono. (2013). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian. Malang: Universitas Brawijaya.
- Rihanto, D. (2019, Agustus 1). *Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman Sumbang 6,35% terhadap PDB Nasional*. (V. Manihuruk, Editor) Retrieved from Pikiran Rakyat: <https://www.pikiran-rakyat.com/ekonomi/pr-01316389/pertumbuhan-industri-makanan-dan-minuman-sumbang-635-terhadap-pdb-nasional>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2013). *Research Methods for Business: A skill Building Approach (7th Edition ed)*. New York: John wiley.
- Sudiby, A. N., Margo, C., & Andreani, F. (2015). Analisa Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Ulang dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Perantara di Domicile Kitchen and Lounge. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 2, 460-474
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian dan Pengembangan*. Bandung : Alfabeta
- Tejantara, A., & Sukawati, T. G. R. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Niat Pembelian Ulang (Studi Pada Oli Sepeda Motor Merek Eni Di Kota Denpasar), Vol.7, No.10. doi: 10.24843/EJMUNUD.2018.v07.i10.p17
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2017). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across The Firm (7th Edition ed.)*. Dubuque: McGraw - Hill Education