

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini akan berisikan kesimpulan dan saran berdasarkan hasil penelitian ini. Adapun saran yang diberikan kepada pihak Rumah Makan Yo Sun Bie dan bagi peneliti selanjutnya yang akan meneliti penelitian serupa.

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel *tangibles* tidak memiliki pengaruh terhadap niat beli ulang konsumen pada Rumah Makan Yo Sun Bie.
2. Variabel *empathy* berpengaruh signifikan dan positif terhadap niat beli ulang konsumen pada Rumah Makan Yo Sun Bie.
3. Variabel *responsiveness* berpengaruh signifikan dan positif terhadap niat beli ulang konsumen pada Rumah Makan Yo Sun Bie.
4. Variabel *assurance* signifikan dan positif terhadap niat beli ulang konsumen pada Rumah Makan Yo Sun Bie.
5. Variabel *reliability* signifikan dan positif terhadap niat beli ulang konsumen pada Rumah Makan Yo Sun Bie.
6. Secara bersama-sama variabel *tangibles*, *empathy*, *responsiveness*, *assurance*, dan *reliability* berpengaruh signifikan dan positif terhadap niat beli ulang konsumen Rumah Makan Yo Sun Bie.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, berikut adalah beberapa saran yang dapat diberikan untuk Rumah Makan Yo Sun Bie dan bagi peneliti selanjutnya:

1. Pihak Rumah Makan Yo Sun Bie sebaiknya melakukan perbaikan dalam aspek *tangibles* khususnya kebersihan toilet rumah makan. Hal ini dilandasi karena kebersihan toilet Rumah Makan Yo Sun Bie mendapatkan penilaian yang tidak baik berdasarkan hasil skoring penilaian pada tabel 3.14.

2. Pihak pengelola Rumah Makan Yo Sun Bie sebaiknya mempertahankan atau meningkatkan kualitas pelayanan khususnya pada dimensi *empathy*, *responsiveness*, *assurance*, *reliability*. Hal ini dikarenakan keempat variabel tersebut memiliki pengaruh secara positif terhadap niat beli ulang konsumen.
3. Bagi peneliti yang akan meneliti topik serupa, sebaiknya model penelitian lebih dikembangkan dengan menambahkan variabel lain diluar model penelitian ini. Dengan menambahkan variabel lain, diharapkan model penelitian dapat memperoleh nilai koefisien determinasi (*R-square*) yang lebih tinggi sehingga model penelitian menjadi lebih tepat untuk mengukur apa yang diukurinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Bell, S. J., & Luddington, J. A. (2006). Coping With Customer Complaints. *Journal of Service Research*, Vol. 3, No.8.
- Chandra, H., & Siaputra, H. (2020). Pengaruh Kualitas Makanan, Kualitas Layanan, dan Citra merek terhadap Minat Beli Ulang di Restoran XYZ Surabaya dengan Kepuasan Konsumen sebagai Mediator. *jurnal hospitality dan manajemen jasa*.
- Fornell, C. (1992). *National Customer Satisfaction Barometer*. Pustaka Utama: Gramedia.
- Furchan, A. (2004). *Pengantar Penelitian Dalam Pendidikan*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Ghozali. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2009). *Multivariate Data Analysis. 7th Edition*. Prentice Hall.
- Hicks, J., T.J. Page, J., Behe., B., Dennis., J., & Fernandez, R. (2005). Delighted Consumers Buy Again. *Journal of Consumer Satisfaction, Disastifaction*, Vol.18, pp.94-104.
- Imran. (2018). PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP MINAT BELI ULANG MAKANAN DI RUMAH MAKAN AYAM BAKAR WONG SOLO ALAUDDIN KOTA MAKASSAR.
- Kotler, P., Keller, & Lane, K. (2016). *Marketing management thirtheen edition*. New York: Pearson Prentice Hall.
- Kotler., & keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Krisno, D., & Samuel, H. (2013). Pengaruh Perceived Quality, Perceived Sacrifice dan Perceived Value terhadap Customer Satisfaction di Informa Innovative

- Furnishing Pakuwon City Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Vol.1, No.3.
- Levy, M., & Weitz, B. A. (2012). *Retailing Management, 8th Edition*. New York Hill: McGraw-Hill.
- Martono, & Nanang. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Megantara., & Suryani, A. (2016). PENENTU NIAT PEMBELIAN KEMBALI TIKET PESAWAT SECARA ONLINE PADA SITUS TRAVELOKA.COM. *ISSN : 2302-8912*.
- Mensah, I., & Mensah R, D. (2018). Effects of service quality and customer satisfaction on repurchase intention in restaurants on University of Cape Coast campus.
- Mustajab, R. (2023, Agustus 24). *Industri Makanan dan Minuman Tumbuh 4,62% pada Kuartal II/2023*. Retrieved from DataIndonesia.id: <https://dataindonesia.id/industri-perdagangan/detail/industri-makanan-dan-minuman-tumbuh-462-pada-kuartal-ii2023>
- Nurhayati, K. (2016). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Pembelian Ulang: Studi Empiris Pada Konsumen Tsabita Bakery di Surakarta.
- Robbins, J. (2014). *Perilaku Organisasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Saneva, D., & Chortoseva, S. (2018). Service Quality, Customer Satisfaction and Customer Loyalty: Testing a Structural Equation Model.
- Sekaran, U., & Roger, B. (2013). *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Membangun Keterampilan*. New York: Wiley.
- Sugiarto. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sukardi. (2018). *Metodologi Penelitian Pendidikan Kompetensi dan Praktiknya*. Jakarta: Bumi Aksara.

Supranto, J. (2011). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa*. Jakarta: Rineka Cipta.

Tjiptono, F. (2007). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.