

BAB 5

SIMPULAN, KETERBATASAN dan SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil dari pembahasan, yang dapat ditarik dari penelitian ini adalah:

1. Hipotesis 1 penelitian ini yang mengutarakan bahwa Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Steak 21 di Surabaya, diterima. Jadi bisa disimpulkan produk yang memiliki kualitas produk yang tinggi dapat meningkatkan kepuasan konsumen Steak 21 dengan signifikan.
2. Hipotesis 2 penelitian ini yang mengutarakan bahwa Promosi penjualan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Steak 21 di Surabaya, diterima. Artinya bahwa promosi penjualan yang bagus dapat secara signifikan meningkatkan tingkat kepuasan konsumen Steak 21.
3. Hipotesis 3 penelitian ini yang mengutarakan bahwa Kepuasan Konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ulang pada Steak 21 di Surabaya, diterima. Kesimpulan dari hasil uji hipotesis tersebut ialah bila konsumen merasakan kepuasan yang tinggi maka secara signifikan keputusan mereka untuk membeli ulang di Steak 21 akan tinggi.
4. Hipotesis 4 penelitian ini yang mengutarakan bahwa Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ulang melalui kepuasan konsumen, diterima. Artinya, bila produk memiliki kualitas yang tinggi berarti produk tersebut dapat meningkatkan pengaruh keputusan pembelian ulang melalui kepuasan konsumen pada konsumen Steak 21.
5. Hipotesis 5 penelitian ini yang mengutarakan bahwa Promosi penjualan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ulang melalui kepuasan konsumen, diterima. Jadi, promosi penjualan yang bagus secara signifikan dapat meningkatkan pengaruh keputusan pembelian ulang melalui kepuasan konsumen pada konsumen Steak 21.

5.2 Keterbatasan

Keterbatasan didalam penelitian ini, ialah adanya jawaban responden yang kurang konsisten. Keterbatasan tersebut terjadi dikarenakan kurangnya ketelitian responden dalam mengisi kuesioner. Tetapi keterbatasan tersebut bisa diatasi dengan cara peneliti dapat mendampingi responden agar responden dapat fokus mengisi kuesioner.

5.3 Saran

5.3.1 Saran Akademis

Saran untuk para peneliti yang mungkin akan meneliti tentang variabel keputusan pembelian ulang adalah para peneliti sebaiknya mempertimbangkan penggunaan variabel-variabel lainnya yang berkaitan dengan keputusan pembelian ulang supaya pada penelitian-penelitian berikutnya bisa mendapatkan hasil yang diharapkan dapat melengkapi hasil penelitian ini.

5.3.2 Saran Praktis

Dari hasil penelitian yang sudah dilakukan, saran yang bisa diberikan oleh peneliti sebagai bahan pertimbangan manajemen Steak 21 adalah:

1. Sebaiknya manajemen Steak 21 terus meningkatkan kepuasan konsumen mereka agar konsumen mereka dapat terus membeli di Steak 21 dengan cara meningkatkan kualitas produk mereka seperti membuat menu baru serta menambahkan cita rasa yang baru, meningkatkan pelayanan mereka, dan memberikan promosi-promosi yang lebih menarik lagi dan juga tidak hanya promosi penjualan saja sebaiknya Steak 21 juga lebih meningkatkan promosi mereka yang berhubungan dengan komunikasi dengan konsumen mereka agar konsumen mereka *aware* dengan Steak 21.
2. Sebaiknya manajemen Steak 21 meningkatkan promosi penjualan dan kualitas produk mereka agar dapat meningkatkan keputusan pembelian ulang konsumen mereka

DAFTAR PUSTAKA

- Bahar, A., dan Sjahrudin, H. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang. *Jurnal Organisasi Dan Manajemen*, 3(November), 1–10. <https://doi.org/10.31227/osf.io/tc2fe>
- Boyd, Harper W, J., Mullins, J. W., dan Walker, Orville C, J. (2008). *Marketing Management A Strategic Decision-Making Approach* (6th ed.). New York: McGraw-Hill/Irwin.
- Gurahnya Industri Kuliner Bikin Ekonomi Nasional Menggeliat (2019, Januari 06). Koran SINDO.
- Ilat, L. V, Parengkuan, T., dan Murni, S. (2018). Analisis Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Ulang Pada Ukm D’Cendol 77 Di Eic Unsrat. *Jurnal EMBA*, 6(4), 2548 – 2557.
- Industri Makanan dan Minuman Indonesia Berpotensi Jadi Champion (2019 Februari 19). Poskota News.
- Khairunissa, K. (2017). PELANGGAN (Survei pada Mahasiswa BINUS University yang menggunakan jasa Go-jek di Jakarta). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 46(2), 37–45.
- Kotler, P., dan Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran; Jilid 2* (12th ed.). Jakarta: Erlangga.
- _____ dan Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran; Edisi 13; Jilid 1* (13th ed.). Jakarta: Erlangga.
- _____. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran; Edisi 12; Jilid 1* (12th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kusuma, B. A. (2015). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen ponsel merek samsung*. 7(3).
- Muiz, M., Rachma, N., dan Slamet, A. R. (2019). Pengaruh Sales Promotion dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Pembelian Ulang di Mediasi Variabel Kepuasan Konsumen (Survei pada Konsumen GrabBike Online di Kota Malang). *Jurnal Riset Manajemen*, 08, 186–199. Retrieved from <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/2347/2204>

- Nam, M.-J., Shim, C., dan Jeong, C. (2017). The effect of food quality on behavioral intention in Korean restaurants : From the perspective of Chinese tourists. *International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 31(10), 59–72. <https://doi.org/10.21298/ijthr.2017.10.31.10.59>
- Namkung, Y., dan Jang, S. C. (2007). Does Food Quality Really Matter in Restaurants? Its Impact On Customer Satisfaction and Behavioral Intentions. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 31(3), 387–409. <https://doi.org/10.1177/1096348007299924>
- Park, J.-W., Choi, Y.-J., dan Moon, W.-C. (2013). Investigating the effects of sales promotions on customer behavioral intentions at duty-free shops: An Incheon International Airport case study. *Journal of Airline and Airport Management*, 3(1), 18–30. <https://doi.org/10.3926/jairm.18>
- Putra, G. P., Arifin, Z., dan Sunarti. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi angkatan 2013 dan 2014 Universitas Brawijaya yang Melakukan Pembelian Paket Data Kampus) G. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 124–131.
- Saidani, B., dan Arifin, S. (2012). Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dan minat beli pada ranch market. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 3(1), 1–22.
- Susanti, C. E. (2014). The antecedence of customer loyalty in traditional restaurants in East Java, Indonesia. *Int. J. Process Management and Benchmarking*, 4(1), 22–35.
- Theressa, D., dan Giovanni, G. (2014). Analisa Motivasi dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Kuliner Malam di Surabaya. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 1(2003), 1–16. Retrieved from
- Yusuf Assidiq. (2017, Mei 16). Bisnis Kuliner di Jawa Timur Tumbuh 15-20 Persen. *Republika Online*.
<https://www.steak21.id/>