

BAB V

PENUTUP

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan hasil analisis mengenai Model Keputusan dan Pembelian Ulang: Analisis Promosi dan Kualitas Pelayanan (Studi pada Konsumen Burger King Karang Satria) sebagai berikut:

- 1) Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik promosi yang dilakukan Burger King Karang Satria maka semakin meningkat pembelian yang dilakukan konsumen.
- 2) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa apabila kualitas pelayanan Burger King Karang Satria semakin ditingkat maka akan meningkatkan keputusan pembelian.
- 3) Promosi tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap pembelian ulang. Hal ini menunjukkan bahwa promosi yang dilakukan Burger King Karang Satria tidak mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian ulang.
- 4) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian ulang. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh Burger King Karang Satria terhadap konsumen maka semakin tinggi niat pembelian ulang.
- 5) Keputusan pembelian berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian ulang. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik keputusan pembelian yang dilakukan konsumen Burger King maka akan semakin tinggi niat pembelian ulang konsumen.
- 6) Keputusan pembelian terbukti memediasi promosi terhadap pembelian ulang. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik promosi pada produk Burger King maka pembelian juga semakin meningkat sehingga semakin baik pula pembelian ulang Burger King Karang Satria.
- 7) Keputusan pembelian terbukti memediasi kualitas pelayanan terhadap pembelian ulang. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan Burger King terhadap konsumen maka akan semakin meningkat pula pembelian ulang Burger King Karang Satria.

5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah diuraikan, maka simpulan Model Keputusan Pembelian Ulang: Analisis Promosi dan Kualitas Pelayanan (Studi pada Konsumen Burger King Karang Satria) dan saran yang dapat ditemukan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Promosi, kualitas pelayanan dan pembelian ulang dengan keputusan pembelian Burger King sudah memiliki hubungan yang cukup baik disarankan untuk Burger King Karang Satria. Untuk itu Burger King sebaiknya mempertahankan promosi dan kualitas pelayanan yang diberikan untuk konsumen, lebih baik lagi jika ditingkatkan atau memberika promosi yang inovatif serta menyebarkan secara luas seperti disocial media ataupun media lainnya.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian dapat menggunakan variabel terikat yaitu keputusan pembelian yang dapat ditambah atau diperluas Kembali dengan variabel bebas lainnya seperti citra merek, harga, gaya hidup dan kuitas produk. Diharapkan hasil penelitian selanjutnya memberikan hasil penelitian yang lebih baik.