

BAB V

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas, dapat disimpulkan bahwa:

1. Citra merek berpengaruh positif terhadap niat membeli ulang Bunto's Chicken Cabang Purwokerto.
2. Cita rasa berpengaruh positif terhadap niat membeli ulang Bunto's Chicken Cabang Purwokerto.
3. Persepsi harga berpengaruh positif terhadap niat membeli ulang Bunto's Chicken Cabang Purwokerto.
4. Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap niat membeli ulang Bunto's Chicken Cabang Purwokerto.

B. Implikasi

1. Implikasi Manajerial

Untuk terus meningkatkan niat konsumen melakukan pembelian ulang, pihak manajemen pemasaran Bunto's Chicken Cabang Purwokerto sebaiknya menerapkan berbagai kebijakan yang terkait dengan upaya untuk meningkatkan citra merek, cita rasa, persepsi harga, dan kualitas pelayanan. Upaya yang dapat dilakukan diantaranya adalah:

- a. Memperkuat kesadaran para konsumen terhadap merek Bunto's Chicken melalui penerapan program promosi secara tepat.

- b. Pihak manajemen juga perlu meningkatkan cita rasa makanan melalui penggunaan bahan baku yang berkualitas dengan didukung oleh juru masak (koki) yang berpengalaman dan profesional.
 - c. Mampu menetapkan tingkat harga produk yang sesuai dengan harapan konsumen tanpa mengurangi nilai produk maupun layanan yang diperoleh konsumen.
 - d. Selanjutnya pihak manajemen Bunto's Chicken Cabang Purwokerto juga perlu untuk merekrut dan menempatkan karyawan bagian pelayanan yang benar-benar memahami pentingnya kualitas pelayanan bagi pelanggan, memiliki bakat dan keinginan yang kuat untuk menyediakan layanan terbaik kepada para konsumen sejak kontak pertama serta mampu memberikan kinerja terbaik kepada para konsumen secara adil sesuai dengan kebutuhan, keinginan, dan harapan mereka.
2. Implikasi Teoritis
- a. Terkait dengan keterbatasan dalam penelitian ini, maka pada penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel bebas lainnya yang diindikasikan kuat mempengaruhi niat membeli ulang seperti promosi, loyalitas konsumen, dan kepuasan konsumen.
 - b. Perlu mengembangkan model hubungan kausal secara tidak langsung dengan menambahkan variabel intervening (mediasi) maupun moderasi.

- c. Selain itu, peneliti selanjutnya juga perlu memperluas cakupan subyek penelitian misalnya dengan membandingkan persepsi konsumen Bunto's Chicken di wilayah lain.

