

V. KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dan hasil analisis data dengan menggunakan regresi berganda diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Citra merek tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang
2. Lokasi berpengaruh positif terhadap minat beli ulang
3. Kepercayaan konsumen berpengaruh positif terhadap minat beli ulang
4. Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang
5. Kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap minat beli ulang

B. Implikasi

Berdasarkan dari kesimpulan hasil analisis penelitian di atas, maka disarankan sebaiknya.

1. Penelitian selanjutnya sebaiknya menambahkan variabel yang belum diteliti dalam penelitian ini seperti fasilitas, rest area, dan mini market.
2. Penelitian selanjutnya juga perlu mengembangkan model penelitian ini melalui pengujian pengaruh tidak langsung (*Indirect Effect*) dengan menambahkan variabel mediasi atau moderasi.
3. Penelitian selanjutnya sebaiknya juga dapat dilakukan dengan skala penelitian yang lebih besar dengan jumlah responden lebih besar sehingga penelitian ini semakin lama dapat semakin komprehensif.

C. Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian ini yang berjudul pengaruh citra merek, lokasi, kepercayaan konsumen, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap minat beli ulang masih terdapat keterbatasan yang harus dibenahi di penelitian lebih lanjut. Keterbatasan dalam penelitian ini terdapat pada kelemahan dalam proses pengumpulan data misalnya beberapa responden tidak menjawab pertanyaan terbuka yang diberikan dalam kuesioner dan peneliti tidak bisa mengawasi secara langsung tiap responden dalam memberikan jawaban. Batas waktu yang diberikan ketika mengisi kuesioner yang sedikit karena terkadang beberapa konsumen yang mengisi kuesioner seadanya atau asal isi saja. Besar harapan peneliti agar keterbatasan-keterbatasan dalam penelitian ini dapat diatasi pada penelitian selanjutnya