

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan data hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka dapat diperoleh kesimpulan, sebagai berikut :

1. Hasil dari penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk dengan intensi beli ulang konsumen pada restoran cepat saji HokBen Kalimantan. Positif artinya koefisien variabel kualitas produk (X_1) bernilai positif yaitu 0,253, yang artinya jika variabel kualitas produk (X_1) mengalami kenaikan sebanyak satu satuan, maka variabel intensi beli ulang (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,253. Sedangkan signifikan artinya karena nilai t sebesar 5,168. Oleh karena itu H_1 diterima.
2. Hasil dari penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa ada pengaruh yang positif dan signifikan antara lokasi dengan intensi beli ulang konsumen pada restoran cepat saji HokBen Kalimantan. Positif artinya koefisien variabel lokasi (X_2) bernilai positif yaitu 0,415 yang artinya jika variabel lokasi (X_2) mengalami kenaikan sebanyak satu satuan, maka variabel intensi beli ulang (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,415. Sedangkan signifikan artinya karena nilai t sebesar 7,050. Oleh karena itu H_2 diterima.

5.2 Implikasi

Hasil analisis menyatakan bahwa kualitas produk dan lokasi berpengaruh terhadap intensi beli ulang, oleh karena itu untuk meningkatkan intensi beli ulang konsumen pihak restoranyaitu HokBen harus mampu meningkatkan respons positif terhadap X_1 (kualitas produk) dan X_2 (lokasi). Beberapa aspek yang perlu ditingkatkan adalah sebagai berikut:

1. Variabel Kualitas Produk

a. Dimensi performa

Pihak restoran HokBen sebaiknya menambahkan tatanan hiasan pada makanan yang disajikan kepada konsumen, hal ini dapat membuat konsumen menjadi tertarik karena dapat menjadikan makanan yang disajikan terlihat lebih menarik, lebih rapih, dan lebih indah. Selanjutnya HokBen harus menyajikan makanan yang sesuai dengan tampilan menu yang tertera pada gambar, baik itu dari segi porsi, dan bentuknya tanpa mengurangi sedikitpun hal yang tertera pada gambar, sehingga konsumen tidak merasa tertipu pada saat membeli produk yang mereka pesan. Kemudian HokBen juga harus selalu memperhatikan penyajian makanan yang mereka sajikan, jangan sampai terdapat kekurangan pada saat penyajian, baik itu dari segi porsi, kualitas makanan, ataupun hiasan yang terdapat pada makanan yang disajikan tersebut.

b. Dimensi estetika

Pihak HokBen seharusnya dapat menyakinkan para konsumennya bahwa makanan yang disajikan aman bagi kesehatan mereka. Hal tersebut dapat dilakukan dengan mencantumkan kode depkes yang telah mereka dapatkan. Dengan begitu konsumen tidak lagi ragu dengan kualitas makanan yang disajikan HokBen bagi kesehatan mereka.

2. Variabel lokasi

a. Dimensi akses

Lokasi HokBen Kalimalang seharusnya berada di lokasi yang mudah dijangkau oleh konsumen, seperti di pinggir jalan utama, berada di jalur lambat, tidak terhalang oleh apapun yang dapat menutupi restoran, sehingga restoran HokBen Kalimalang dapat dengan mudah dilihat atau dijangkau oleh konsumen.

3. Variabel intensi beli ulang

a. Dimensi transaksional

HokBen sebaiknya menjual produk yang menjadi pembeda atau ciri khas dengan restoran cepat saji lainnya yang menjual produk yang sama. Selain itu HokBen dapat menyajikan kualitas makanan yang lebih baik dari segi rasa, ataupun hal lainnya, agar konsumen dapat menjadikan HokBen sebagai preferensi utama mereka dalam menentukan restoran cepat saji yang menjual produk yang sama

dengan HokBen. Kemudian HokBen juga harus memasarkan produk mereka kembali dengan menampilkan variasi-variasi produk yang mereka jual, atau dengan promo-promo yang mereka punyai, agar konsumen dapat lebih tertarik.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil uji penelitian dan kesimpulan, maka dapat diberikan beberapa saran, baik untuk pihak restoran, dan juga untuk penelitian selanjutnya. Saran-saran tersebut, sebagai berikut :

1. Bagi Restoran HokBen Kalimalang

- a. HokBen dapat menambahkan porsi makanan yang disajikan. Hal ini dilakukan karena para konsumennya merasa bahwa porsi makanan yang disajikan HokBen terlalu sedikit.
- b. HokBen harus dapat meyakinkan konsumennya bahwa produk yang mereka jual aman bagi kesehatan mereka. Hal tersebut dapat dilakukan dengan mencantumkan nomor depkes pada setiap restoran HokBen dan apabila memungkinkan konsumen dapat melihat cara memasak, seperti dengan menampilkan dapur terbuka. Hal ini selain dapat membuat konsumen merasa yakin dengan produk yang mereka jual aman bagi kesehatan, juga dapat menarik minat pelanggan, karen menampilkan cara memasak produk-produk yang disajikan di HokBen.
- c. HokBen dapat membuat inovasi di produk makanan yang mereka jual, seperti dengan penambahan nuget sayuran.

- d. HokBen dapat membuat makanan yang disajikan terlihat lebih menarik, lebih rapih, dan lebih indah. Agar konsumen menjadi tertarik.
 - e. HokBen perlu meningkatkan kesan yang spesial bagi konsumennya agar dijadikan pilihan utama untuk kategori restoran fastfood
 - f. Lokasi HokBen Kalimalang sebaiknya tidak tertutup oleh penghalang, berada di pinggir jalan utama, di jalur lambat, serta tidak terlalu didalam atau terpojokan.
 - g. HokBen dapat memasang papan petunjuk di beberapa km sebelumnya. Hal ini dilakukan agar konsumen mudah melihat lokasi keberadaan HokBen tersebut.
 - h. HokBen sebaiknya membuat promosi ke konsumen baik itu tentang produk mereka dan promo-promo yang mereka adakan. Hal ini dilakukan untuk menggugah rasa penasaran para calon konsumen
2. Bagi penelitian selanjutnya
- a. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan restoran cepat saji lainnya, seperti KFC, MCD, A&W, dan Yoshinoya.
 - b. Dapat menambahkan variabel pendukung lainnya yang belum pernah diteliti agardapat mengeksplorasi kemungkinan variabel lain yang berpengaruh terhadap minat beli ulang.
 - c. Dapat dilakukan di lokasi HokBen lainnya, seperti di mall atau food area.