

## BAB V

### KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan diuraikan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan, bahwa terdapat hubungan yang positif antara kepuasan pelanggan dengan pembelian ulang McDonald pada warga RW 09 Perumahan Bumi Cibinong Endah Cibinong Kabupaten Bogor. Perusahaan yang memperhatikan kepuasan pelanggan maka pembelian ulangnya semakin tinggi, sebaliknya jika perusahaan tidak memperhatikan kepuasan pelanggan maka akan mengakibatkan menurunnya pembelian ulang pada konsumen.

Pada variabel pembelian ulang, indikator yang memiliki skor tertinggi adalah indikator kualitas, yaitu sebesar 25%. Selanjutnya, indikator penggunaan (manfaat), yaitu sebesar 25%. Kemudian indikator harga, yaitu 25%. Dan skor terendah adalah indikator iklan, yaitu sebesar 25%. Indikator yang paling tinggi pengaruhnya dalam menentukan kepuasan pelanggan adalah indikator estetika, yaitu sebesar 25,5%. Selanjutnya indikator kinerja 25,3%. Kemudian indikator *serviceability*, yaitu sebesar 24,8%. Dan skor terendah adalah indikator keistimewaan, yaitu sebesar 24,3%.

Pembelian ulang pada warga RW 09, Perumahan Bumi Cibinong Endah Cibinong Kabupaten Bogor ditentukan oleh kepuasan pelanggan

sebesar 28.30% dan sisanya sebesar 71,7% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

## **B. Implikasi**

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan, bahwa terdapat hubungan yang positif antara kepuasan pelanggan dengan pembelian ulang pada warga RW 09. Perumahan Bumi Cibinong Endah Cibinong Kabupaten Bogor. Hal ini membuktikan bahwa kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor yang menentukan pembelian ulang.

Implikasi dari penelitian ini adalah bahwa untuk lebih meningkatkan pembelian ulang yang, perusahaan harus dapat memahami bagaimana kondisi konsumen dan terus menciptakan pelayanan yang menyenangkan sesuai keinginan konsumen. Dari hasil pengolahan data terlihat bahwa kepuasan pelanggan adalah hal penting yang perlu dipertahankan agar konsumen melakukan pembelian ulang. Faktor – faktor lain yang mempengaruhi pembelian ulang adalah citra perusahaan, kualitas layanan, harga, dan kualitas produk.

### C. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi yang dikemukakan di atas, saran-saran yang kiranya dapat diberikan oleh peneliti dalam rangka meningkatkan pembelian ulang adalah:

1. Restoran cepat saji McDonald sebaiknya selalu melakukan inovasi dalam jenis makanan maupun desain tempat itu sendiri. Selain itu McDonald harus menambahkan fasilitas-fasilitas yang masih belum tersedia.
2. Restoran cepat saji McDonald harus terus menjaga citra perusahaan yang telah tercipta hingga saat ini yang sudah melekat dibenak konsumen dengan cara memberikan pelayanan yang terbaik untuk konsumen dan menjaga kualitas produk.
3. Bagi Warga RW 09 Perumahan Bumi Cibinong Endah Cibinong Kabupaten Bogor agar lebih selektif lagi dalam menggunakan suatu produk agar sesuai dengan yang diharapkan sebelumnya.