

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **V.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil dari serangkaian penelitian serta uji hipotesis melalui analisis PLS (*Partial Least Square*) pada pembahasan bab sebelumnya mengenai pengaruh kualitas pelayanan, citra merek dan harga terhadap pembelian ulang pada restoran cepat saji KFC Margonda Depok, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

- a. Variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap pembelian ulang. Artinya, kualitas pelayanan yang dibuat restoran cepat saji KFC Margonda Depok tidak mempengaruhi pembelian ulang yang dilakukan konsumen.
- b. Variabel citra merek berpengaruh signifikan terhadap pembelian ulang. Artinya citra merek yang dimiliki restoran cepat saji KFC mampu diaktifkan dalam memori konsumen ketika berpikir mengenai merek tertentu, sehingga mampu mempengaruhi konsumen melakukan pembelian ulang.
- c. Variabel harga berpengaruh signifikan terhadap pembelian ulang. Artinya, harga yang diberikan oleh restoran cepat saji KFC Margonda Depok mampu memberikan manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa, sehingga mempengaruhi konsumen melakukan pembelian ulang.

#### **V.2 Saran**

Berdasarkan uraian kesimpulan diatas, maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut :

- a. Bagi Perusahaan

Peneliti menyarankan agar lebih meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen, agar konsumen merasa puas atas kinerja perusahaan yang akhirnya dapat menjadikan konsumen melakukan pembelian ulang terhadap restoran cepat saji KFC Margonda Depok.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor lain yang dapat mempengaruhi pembelian ulang konsumen terhadap restoran cepat saji KFC Margonda Depok misalnya faktor kualitas produk atau suasana toko. Peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan metode lain untuk meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian ulang.

