

BAB V

PENUTUP

1.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dari penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Variabel lingkungan sosial berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen pada Abud's Kebab Koto Nan IV Payakumbuh. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin baik lingkungan sosial yang ada di Abud's Kebab Koto Nan IV Payakumbuh, maka semakin tinggi kepuasan konsumen untuk berkunjung kembali dalam melakukan pembelian, membagikan informasi, dan merekomendasikan Abud's Kebab kepada orang lain.
2. Variabel nilai yang dirasakan berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen pada Abud's Kebab Koto Nan IV Payakumbuh. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin banyak nilai yang dirasakan konsumen, maka semakin tinggi kepuasan konsumen tersebut.
3. Variabel lingkungan sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel niat pembelian kembali pada Abud's Kebab Koto Nan IV Payakumbuh. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa baik buruknya lingkungan sosial yang ada di Abud's Kebab Koto Nan IV Payakumbuh tidak akan mempengaruhi niat pembelian kembali nantinya.
4. Variabel nilai yang dirasakan berpengaruh signifikan terhadap variabel niat pembelian kembali pada Abud's Kebab Koto Nan IV Payakumbuh. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *value* yang



dipersepsikan oleh pelanggan, maka semakin tinggi akan mempengaruhi niat pembelian di masa depan.

5. Variabel kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap variabel niat pembelian kembali pada Abud's Kebab Koto Nan IV Payakumbuh.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kepuasan yang dirasakan pelanggan yang ada di Abud's Kebab Koto Nan IV Payakumbuh, maka semakin tinggi niat pelanggan untuk membeli kembali.

6. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa lingkungan sosial memberikan pengaruh bagi kepuasan konsumen, nilai yang dirasakan memberikan pengaruh bagi kepuasan konsumen, lingkungan sosial tidak memberikan pengaruh bagi niat pembelian kembali, nilai yang dirasakan memberikan pengaruh bagi niat pembelian kembali dan kepuasan konsumen memberikan pengaruh bagi niat pembelian kembali.

5.2 Implikasi Penelitian

Temuan dalam penelitian ini mempunyai beberapa implikasi penting bagi Abud's Kebab Koto Nan IV Payakumbuh untuk lebih memperhatikan, mengoptimalkan dan terus meningkatkan kepuasan yang dirasakan pelanggan saat membeli produk, memberikan pelayanan yang baik dan memenuhi harapan pelanggan sehingga menarik mereka untuk kembali mengonsumsi Abud's Kebab Koto Nan IV Payakumbuh. Karena hal ini akan berpengaruh terhadap *value* yang akan dipersepsikan oleh pelanggan dalam menentukan niat pembeliannya dimasa depan.

Hasil penelitian ini dapat dikembangkan menjadi sebuah strategi yang dapat meningkatkan jumlah konsumen Abud's Kebab Koto Nan IV Payakumbuh. Peneliti berharap kepada pemilik Abud's Kebab Koto Nan IV Payakumbuh mampu mempertahankan dan memajukan lagi usaha yang telah ada.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini tidak terlepas dari keterbatasan maupun kelemahan. Disisi lain, keterbatasan dan kelemahan yang ditemukan dalam penelitian ini dapat menjadi sumber bagi penelitian yang akan datang. Adapun keterbatasan-keterbatasan yang ditemukan dalam penelitian ini adalah:

1. Penelitian hanya dilakukan pada Abud's Kebab Koto Nan IV Payakumbuh, sehingga hasil penelitian hanya bisa diterapkan Abud's Kebab Koto Nan IV Payakumbuh, bila ruang lingkup penelitian diperbesar hingga mencapai wilayah Sumatera Barat, maka hasil penelitian lebih besar implikasinya.
2. Penelitian ini hanya menggunakan 120 sampel konsumen Abud's Kebab Koto Nan IV Payakumbuh. Jika banyak sampel yang digunakan dalam penelitian ini diperbesar maka hasil penelitian akan berbeda.
3. Penelitian ini hanya meneliti empat variabel yaitu variabel lingkungan sosial dan nilai yang dirasakan pada kepuasan konsumen dan niat pembelian kembali. Banyak variabel lain di luar penelitian ini yang mempengaruhi kepuasan konsumen dan niat pembelian kembali.

5.4 Saran

Hasil-hasil dalam penelitian ini dan keterbatasan-keterbatasan yang ditemukan agar dapat dijadikan sumber ide dan masukan bagi pengembangan

penelitian ini dimasa yang akan datang, maka perluasan yang disarankan dari penelitian ini antara lain :

1. Bagi pihak Abud's Kebab Koto Nan IV Payakumbuh

Bagi pihak Abud's Kebab Koto Nan IV Payakumbuh sebaiknya lebih meningkatkan promosi dan inovasi yang berupa menu baru karena yang peneliti lihat di Abud's Kebab kurangnya promosi dan inovasi.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel *store atmosphere* (tata letak toko) dan *promotion* (promosi) sebagai konstruk yang mempengaruhi niat pembelian kembali
- b. Penambahan lingkup penelitian yaitu Abud's Kebab Koto Nan IV Sumatera Barat. Penelitian dengan variabel yang sama dapat dilakukan pada bidang lain yaitu untuk industri makanan lainnya.

