

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, analisis data dan pembahasan, maka diambil kesimpulan :

1. Store Atmosphere berpengaruh positif dan signifikan terhadap Consumer Repurchase Intention pada McDonalds Ahmad Yani Padang, sehingga jika Store Atmosphere meningkat maka akan meningkat juga Consumer Repurchase Intention
2. Consumer Innovativeness berpengaruh positif dan signifikan terhadap Consumer Repurchase Intention artinya Consumer Innovativeness merupakan hal yang sangat penting yang harus dimiliki oleh McDonalds Ahmad Yani Padang, karena semakin baik Consumer Innovativeness, maka akan semakin baik Consumer Repurchase Intention
3. Brand Image berpengaruh positif dan signifikan terhadap Consumer Repurchase Intention, artinya apabila Brand Image sangat baik dikenal sama pelanggan, maka akan semakin meningkat Consumer Repurchase Intention di Restoran McDonalds Ahmad Yani Padang.

5.2. Implikasi Penelitian

Hasil penelitian ini dapat dijadikan tambahan referensi bagi manajemen McDonalds untuk mengambil kebijakan untuk meningkatkan consumer repurchase intention.

a. Hasil penelitian menggambarkan bahwa Store Atmosphere berpengaruh positif dan signifikan terhadap Consumer Repurchase Intention, Consumer Repurchase Intention dapat mempengaruhi minat beli kembali konsumen. Nilai rata-rata tertinggi jawaban responden terdapat pada pertanyaan “Kualitas penyejuk ruangan membuat saya nyaman berada di McDonald’s Ahmad Yani” sebesar 4.30 yang berada pada kriteria setuju. Selanjut nya peningkatan terhadap kinerja store atmosphere dari manajemen McDonald’s akan berpengaruh besar terhadap Repurchase Intention.

Sedangkan nilai rata-rata terendah terdapat pada pertanyaan “Warna McDonald’s Ahmad Yani Padang menciptakan image positif dalam pikiran saya” sebesar 3.73. Untuk dapat meningkatkan Repurchase Intention manajemen harus dapat mengevaluasi atau melakukan pengecekan rutin terhadap:

- Aroma

Manajemen diharapkan dapat meningkatkan aroma makanan yang lebih menggoda bagi pelanggan, juga bisa menggunakan pewangi ruangan yang beraroma makanan.

- Pencahayaan

Pencahayaan sangat menunjang tampilan dari sebuah restoran, untuk pencahayaan manajemen bisa menambah beberapa variasi seperti pada setiap ruangan dibedakan pencahayaan ny, pada ruangan yang sifat ny santai dapat dipakai lampu redup atau hidden lamp, dan pada ruangan yang dipakai untuk baca-baca digunakan lampu yang lebih terang yang

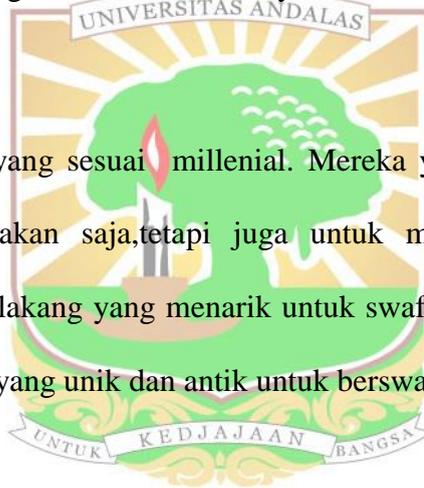
membuat nyaman para pengunjung, sehingga mereka melakukan kunjungan ulang.

- Warna

Untuk warna restoran harus dapat memadupadankan warna-warna cerah, biasanya generasi millennial lebih menyukai warna-warna cerah berbagai macam corak yang membuat mereka nyaman berlama-lama di restoran.

- Tampilan

Design interior yang sesuai millennial. Mereka yang datang tentu bukan hanya untuk makan saja, tetapi juga untuk menikmati suasana yang nyaman, latar belakang yang menarik untuk swafoto, bahkan mereka juga mencari interior yang unik dan antik untuk berswafoto.



b. Brand Image berpengaruh positif dan signifikan terhadap Consumer Repurchase Intention, dimana dengan rangsangan yang diberikan melalui citra merek, maka timbulah minat konsumen untuk mencari informasi tentang produk yang mereka inginkan. Brand image juga merupakan penentu yang mempengaruhi persepsi subyektif pelanggan dan perilaku konsekuen. Nilai rata-rata tertinggi jawaban responden terdapat pada pertanyaan “Saya selalu memiliki kesan yang baik terhadap McDonald’s Ahmad Yani Padang sebesar 4.25. Untuk Brand Image sudah sangat baik, namun masih ada rata-rata terendah pada pertanyaan “Saya percaya bahwa McDonald’s Ahmad Yani Padang memiliki citra positif di pasar”. Oleh karena itu manajemen harus melakukan sesuatu yang mengena di benak konsumen, tidak sekedar menjual tetapi memiliki implikasi jangka panjang. Yaitu

dapat dengan cara promosi, marketing public relation, atau corporate social responsibility (CSR) Yang lebih baik lagi. Juga dapat menggalakkan aksi go green, dimana manajemen restoran menerapkan kebijakan pada bungkus atau cup minuman menggunakan kemasan yang ramah lingkungan. Serta juga dapat membuat program sosial dengan menempelkan sedekah makanan atau minuman kepada orang yang tidak mampu pada dinding restoran, sehingga dapat tercipta *Brand Image* yang baik dimata konsumen.

c. Hasil penelitian pada Consumer Innovativeness juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Consumer Repurchase Intention dimana Consumer Innovativeness membantu konsumen dalam melakukan *Repurchase Intention*. Pada Consumer Innovativeness nilai rata-rata tertinggi jawaban responden terdapat pada pertanyaan “Saya suka mengikuti teknologi makanan dan minuman yang baru dari McDonald’s sebesar 4.42. Sedangkan yang terendah terdapat pada pertanyaan “Saya suka ide-ide dari produk baru McDonald’s sebesar 4.07. Oleh karena itu manajemen harus bisa melakukan inovasi yang berkelanjutan baik dari segi teknologi membuat sistem layanan drive thru yang lebih baik dan cepat, serta terus memperbarui teknologi dalam pelayanan kepada konsumen, produk-produk dan promo-promo yang menarik, untuk dapat meningkatkan repurchase intention.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini mempunyai beberapa keterbatasan. adanya keterbatasan ini, diharapkan kedepannya dapat dijadikan perbaikan pada penelitian selanjutnya. Adapun keterbatasan pada penelitian ini adalah:

1. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terbatas, hanya terdiri dari

tiga variabel independen yaitu variable Store Atmosphere, Brand Image dan Consumer Innovativeness terhadap variabel dependen yaitu Consumer Repurchase Intention.

2. Penelitian selanjutnya dapat memperluas area penelitian tidak hanya masyarakat Padang saja yang di jadikan responden dan memperbanyak jumlah responden sehingga hasil penelitian dapat digunakan pada makanan cepat saji lainnya yang ada di Padang.

5.4 Saran

Adapun saran untuk penelitian yang akan datang adalah:

1. Penelitian selanjutnya bisa dikembangkan dan menambahkan variabel lain yang juga ikut mempengaruhi Consumer Repurchase Intention seperti Promosi, Harga murah buat pelajar, Pelayanan yang lebih baik.
2. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk membandingkan antar dua objek penelitian sehingga hasil penelitian diharapkan lebih akurat dan jelas hubungan antar variabel.
3. Peneliti menyarankan agar Makanan Cepat Saji di Kota Padang lebih banyak lagi menyasar kelompok-kelompok atau anggota komunitas, seperti komunitas Hijabers, Otomotif, Pecinta Hewan dan komunitas lainnya cara memberikan paket menu tertentu bagi anggota komunitas cara menunjukkan kartu tanda anggota komunitas atau kelompok.