

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Dari hasil analisis data dalam penelitian ini terhadap masing – masing variabel baik independen maupun dependen, tentang pengaruh Kualitas Layanan, Daya Tarik Produk, Harga, dan Citra Merek Produk terhadap Minat Pembelian Kembali pada Pakelan *Restaurant* dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel **Kualitas Layanan** berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Pembelian Kembali pada Pakelan *Restaurant*
2. Variabel **Daya Tarik Produk** berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Pembelian Kembali pada Pakelan *Restaurant*
3. Variabel **Harga** berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Pembelian Kembali pada Pakelan *Restaurant*
4. Variabel **Citra Merek Produk** berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Pembelian Kembali pada Pakelan *Restaurant*

Namun, penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya dilakukan pada satu objek, yaitu Pakelan *Restaurant* di Magelang, sehingga hasilnya belum tentu dapat digeneralisasi ke restoran lain dengan karakteristik berbeda. Selain itu, variabel yang digunakan belum mencakup semua faktor yang mungkin memengaruhi minat pembelian kembali, seperti promosi, lokasi, atau loyalitas pelanggan. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas objek dan menambahkan variabel lain yang relevan agar hasilnya lebih komprehensif.

5.2. Saran

Pakelan *Restaurant* perlu konsisten dalam memberikan pelayanan terbaik demi kenyamanan konsumen, yang akan mendorong dan mempertahankan minat beli. Upaya yang dapat dilakukan meliputi menjaga kebersihan gerai, ke higienisan produk, memberikan pelayanan personal, meningkatkan keterampilan karyawan, mempercepat dan memastikan akurasi pesanan, serta menanggapi keluhan dengan sopan.

Pakelan *Restaurant* juga perlu membangun dan memperkuat brand image di benak konsumen, karena citra merek yang baik akan meningkatkan minat beli. Hal ini dapat dilakukan melalui peningkatan citra pemakai, pembuat, dan produk, serta melalui promosi, popularitas, dan kemudahan dalam mengingat merek. Selain itu, penting untuk terus menarik minat konsumen baru dan lama dengan menekankan keunggulan, karakteristik unik, serta informasi produk secara konsisten. Akhirnya, penetapan harga yang kompetitif dan terjangkau perlu menjadi perhatian agar dapat memenuhi ekspektasi berbagai kalangan konsumen.