

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan penulis, penelitian ini memiliki hasil yang dapat disimpulkan mengenai Harga, Promosi, Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang di Ayam Bakar Mas Yo'k sesuai hipotesis yang telah ditentukan diantaranya: Variabel harga berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap minat beli ulang. Meskipun harga menjadi pertimbangan utama konsumen dalam memilih tempat makan, dampaknya terhadap minat beli ulang tidak signifikan secara statistik. Hal ini menunjukkan bahwa harga yang ditawarkan Ayam Bakar Mas Yo'k, meskipun sesuai dengan harapan konsumen dan standar pasar, bukanlah faktor utama yang mendorong minat beli ulang. Promosi penjualan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli ulang. Penelitian ini menunjukkan bahwa konsumen tertarik untuk mencoba produk yang sedang dipromosikan, dan promosi yang efektif dapat meningkatkan minat beli ulang. Temuan ini didukung oleh hasil survei yang menunjukkan bahwa konsumen sering melihat promosi Ayam Bakar Mas Yo'k di outlet mereka dan merasa tertarik. Kualitas produk, termasuk menu tambahan yang lengkap seperti nasi, lalapan, dan minuman, berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang. Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk yang baik dapat meningkatkan minat beli ulang konsumen secara signifikan. Konsumen menilai kualitas produk Ayam Bakar Mas Yo'k sesuai dengan harapan mereka. Usia, pekerjaan, dan pendapatan konsumen juga mempengaruhi minat beli ulang. Konsumen dengan berbagai usia, jenis pekerjaan, dan tingkat pendapatan memiliki persepsi yang berbeda terhadap harga, promosi, dan kualitas produk. Misalnya, konsumen yang lebih muda mungkin lebih sensitif terhadap harga, sementara konsumen dengan pendapatan lebih tinggi mungkin lebih fokus pada kualitas produk.

Kesimpulannya, meskipun harga merupakan faktor yang diperhatikan oleh konsumen, promosi penjualan dan kualitas produk memiliki pengaruh yang lebih signifikan terhadap minat beli ulang pada Ayam Bakar Mas Yo'k. Strategi promosi yang efektif dan kualitas produk yang baik adalah kunci dalam meningkatkan minat beli ulang dan loyalitas pelanggan. Penyesuaian strategi pemasaran berdasarkan

demografi konsumen juga dapat membantu dalam menarik kembali konsumen untuk membeli produk yang sama di masa depan.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Untuk Rumah Makan Ayam Bakar Mas Yo'k

Peneliti menyarankan agar Rumah Makan Mas Yo'k Secara keseluruhan, untuk meningkatkan minat beli ulang pelanggan, Rumah Makan Ayam Bakar Mas Yo'k perlu fokus pada harga yang terjangkau untuk pelanggan karna dalam penelitian kuesioner terlihat bahwa harga terjangkau paling rendah yang dapat disimpulkan bahwa harga di daerah tersebut banyak yang lebih terjangkau dari pada rumah makan ayam mas yok, menjaga kualitas produk, memberikan pelayanan yang baik, serta memanfaatkan teknologi. Dengan melakukan langkah-langkah ini, diharapkan minat beli ulang pelanggan akan meningkat, sehingga membantu rumah makan untuk terus berkembang dan bersaing di pasar.

5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk penelitian selanjutnya, karena penelitian ini masih jauh dari sempurna dan hanya mencakup variabel seperti harga, promosi, serta kualitas produk terhadap minat beli ulang, diharapkan agar peneliti berikutnya dapat memperluas cakupan variabel yang diamati. Misalnya, peneliti dapat mengkaji lebih dalam mengenai pengaruh berbagai aspek harga, strategi promosi yang berbeda, dan berbagai elemen kualitas produk terhadap minat beli ulang. Selain itu, mempertimbangkan faktor-faktor lain seperti layanan pelanggan, pengalaman makan, dan inovasi menu juga dapat memberikan wawasan yang lebih komprehensif. Dengan demikian, hasil penelitian mendatang diharapkan akan lebih mendetail, relevan, dan memberikan pemahaman yang lebih baik mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat beli ulang konsumen.