

## **BAB V**

### **SIMPULAN**

#### 5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan analisis data melalui pembuktian terhadap hipotesis dari permasalahan yang diangkat mengenai pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Penjualan dan Kepercayaan Merek terhadap keputusan Pembelian Ulang produk Rocket Chicken di Kabupaten Kebumen, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan Pembelian Ulang produk Rocket Chicken di Kabupaten Kebumen. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan tidak mampu mempengaruhi keputusan Pembelian Ulang.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Promosi Penjualan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan Pembelian Ulang produk Rocket Chicken di Kabupaten Kebumen. Hal ini menunjukkan bahwa Promosi Penjualan mampu mempengaruhi keputusan Pembelian Ulang. Promosi Penjualan yang diebrikan mampu mempengaruhi tingginya Pembelian Ulang konsumen
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Kepercayaan Merek berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan Pembelian Ulang produk Rocket Chicken di Kabupaten Kebumen. Merek yang mudah di ingat dan merek lokal terpercaya memberikan penilaian yang tinggi terhadap variabel Kepercayaan Merek.

4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan, Promosi Penjualan dan Kepercayaan Merek secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan Pembelian Ulang. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan, Promosi Penjualan, Kepercayaan Merek secara bersama-sama mampu mempengaruhi keputusan Pembelian Ulang pada Rocket Chicken Indonesia di Kabupaten Kebumen.

## 5.2. Keterbatasan

Pada penelitian ini masih terdapat kekurangan dan keterbatasan. Adanya keterbatasan dalam penelitian yang dilakukan diharapkan dapat membeikan evaluasi dan perbaikan untuk penelitian yang akan datang. Keterbatasan dalam penelitian ini anatara lain yaitu :

1. Penelitian ini belum dapat mengungkapkan secara menyeluruh tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian ulang produk Rocket Chicken Suprpto. Penelitian ini hanya terbatas pada kualitas pelayanan, promosi penjualan, dan kepercayaan merek. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan untuk dapat menambahkan atau mencari variabel bebas lain selain dalam penelitian ini.
2. Dalam proses pengambilan data, informasi yang diberikan responden melalui kuisisioner terkadang tidak menunjukkan pendapat responden yang sebenarnya, hal ini terjadi karena adanya perbedaan pemikiran, anggapan, dan pemahaman yang berbeda tiap responden, juga faktor lain seperti kejujuran responden dalam pengisian kuisisioner.

3. Responden yang diambil hanya masyarakat wilayah kabupaten Kebumen dan diambil sampel sebanyak 100 responden, dan tentunya masih kurang untuk menggambarkan keadaan yang sesungguhnya.

### 5.3. Implikasi

Implikasi yang dapat disampaikan sehubungan dengan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### 5.3.1 Implikasi Praktis

Berdasarkan atas temuan penelitian yang dibahas pada bab sebelumnya, maka ada beberapa implikasi praktis sesuai dengan prioritas yang dapat diberikan sebagai masukan bagi manajemen Rocket Chicken Suprpto yaitu sebagai berikut :

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan Pembelian Ulang. Hal ini dikarenakan banyak konsumen yang tidak memperhatikan Kualitas Pelayanan yang diberikan dari sebuah restoran yang diinginkan, konsumen lebih banyak yang mencari dari segi rasanya, maka dari itu Kualitas Pelayanan yang diberikan Rocket Chicken harus lebih baik untuk menjaring lebih banyak konsumen.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Promosi Penjualan memiliki pengaruh yang paling besar sehingga produk Rocket Chicken banyak diminati dengan promosi yang ditawarkan. Sehingga Rocket Chicken perlu menambahkan promo yang lebih

menarik lagi untuk seperti promo paket combo untuk menarik minat masyarakat.

3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kepercayaan Merek memiliki pengaruh yang memiliki peluang besar sehingga produk Rocket Chicken membangun citra perusahaan agar lebih menarik, sehingga rocket Chicken perlu menambahkan kegiatan yang berhubungan dengan masyarakat seperti takjil gratis pada saat bulan Ramadhan, supaya masyarakat percaya dan loyal kepada Rocket Chicken.

### **5.3.2 Implikasi Teoritis**

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan pada bab terdahulu maka penelitian ini dapat memberikan kontribusi implikasi teoritis sebagai berikut :

1. Menurut (Ayu et al., 2023) kualitas pelayanan adalah perbandingan antara layanan yang dirasakan pelanggan dengan kualitas pelayanan yang diharapkan pelanggan. Berdasarkan hasil analisis untuk variabel Kualitas Pelayanan, Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan Pembelian Ulang. Berdasarkan hasil kuesioner yang sudah disebar kepada responden menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan tidak dilihat begitu spesifik, melainkan masyarakat lebih melihat dari segi promosi dan merek yang sudah dipercayai. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan

oleh (Pratama & Andriana, 2023) yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan Pembelian Ulang.

2. Menurut (Kurniawan, 2023) Promosi Penjualan merupakan alat yang digunakan untuk mencapai target penjualan pada sebuah strategi pemasaran yang bertujuan meningkatkan keuntungan perusahaan. Idealnya untuk menarik konsumen pesan yang efektif harus menarik perhatian (*attention*), memberikan adanya ketertarikan (*interest*), membangkitkan keinginan (*desire*), dan menggerakkan tindakan (*action*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Promosi Penjualan berpengaruh signifikan terhadap keputusan Pembelian Ulang. Berdasarkan hasil kuesioner yang sudah disebar kepada responden menunjukkan bahwa masyarakat memberikan penilaian yang cukup tinggi, hal ini menunjukkan bahwa brand image Rocket Chicken yang mudah diingat dan merek lokal terpercaya dapat membentuk keputusan pembelian.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Alfiah et al., 2023) pengujian hipotesis secara parsial atau uji-t, dapat disimpulkan bahwa promosi penjualan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan Pembelian Ulang.

3. Menurut (Khasanah et al., 2021) mengemukakan bahwa Kepercayaan Merek merupakan kepercayaan konsumen terhadap merek tertentu dan menjadi hal yang sangat penting bagi perusahaan

agar bisa menjalin hubungan baik dengan konsumennya, hal yang harus dilakukan oleh perusahaan agar menciptakan Kepercayaan Merek yaitu dengan memberikan kinerja produk yang konsisten dan berkualitas agar pelanggan nantinya melakukan pembelian berulang maupun memberikan rekomendasi kepada orang lain. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kepercayaan merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan Pembelian Ulang. Berdasarkan hasil kuesioner yang sudah disebar kepada responden menunjukkan bahwa masyarakat memberikan penilaian yang cukup tinggi, hal ini menunjukkan bahwa brand image Rocket Chicken yang mudah diingat dan merek lokal terpercaya dapat membentuk keputusan pembelian.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sutedjo & Saputri, 2023) pengujian hipotesis secara parsial atau uji-t, dapat disimpulkan bahwa Kepercayaan Merek berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan Pembelian Ulang.