

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kecenderungan keputusan pembelian ulang konsumen di Jogja Paradise Food Court, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut.

1. Kualitas produk di Jogja Paradise Food Court berada dikategori sedang dengan persentase sebesar 71% dan nilai rerata tertinggi sebesar 3,18 pada indikator kesegaran (*freshness*).
2. Pelayanan di Jogja Paradise Food Court berada dikategori sedang dengan persentase sebesar 76% dan nilai rerata tertinggi sebesar 3,06 pada indikator reliabilitas (*reliability*).
3. Kecenderungan keputusan pembelian ulang konsumen di Jogja Paradise Food Court berada dikategori sedang dengan persentase sebesar 86% dan nilai rerata tertinggi sebesar 2,92 pada indikator jumlah pembelian.
4. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap kecenderungan keputusan pembelian ulang konsumen di Jogja Paradise Food Court. Hal ini dibuktikan dari nilai t hitung sebesar 2,345 dengan nilai signifikansi sebesar 0,021 lebih kecil dari 0,05 ($0,021 < 0,05$) dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,236.

5. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara pelayanan terhadap kecenderungan keputusan pembelian ulang konsumen di Jogja Paradise Food Court. Hal ini dibuktikan dari nilai t hitung sebesar 4,247 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,428.
6. Terdapat pengaruh antara kualitas produk dan pelayanan terhadap kecenderungan keputusan pembelian ulang konsumen di Jogja Paradise Food Court sebesar 32,7%. Hal ini ditunjukkan dari hasil uji *Adjusted R²*.

B. Implikasi Hasil Penelitian

Berdasarkan simpulan, maka implikasi dalam penelitian ini adalah kualitas produk dan pelayanan yang diduga memiliki pengaruh terhadap kecenderungan keputusan pembelian ulang konsumen di Jogja Paradise Food Court menunjukkan pengaruh yang signifikan dan koefisien regresi yang bernilai positif. Hal ini berarti, kualitas produk dan kualitas pelayanan sudah dilakukan dan diterapkan di Jogja Paradise Food Court yang dapat mempengaruhi kecenderungan keputusan pembelian ulang konsumen yaitu sebesar 32,7%. Kualitas produk dan kualitas pelayanan di Jogja Paradise Food Court harus dipertahankan dan dikembangkan untuk meningkatkan penjualan dan mempertahankan usaha ditengah ketatnya persaingan usaha kuliner.

C. Saran

Berdasarkan implikasi hasil penelitian yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut.

1. Pihak manajemen bekerja sama dengan para pemilik tenant dalam mempertahankan kualitas produk yang telah diberikan kepada konsumen dan terus berupaya meningkatkan kualitas produk agar lebih baik lagi, sehingga konsumen akan cenderung membeli ulang produk makanan dan minuman dan dapat menjadikan konsumen loyal terhadap kualitas produk di Jogja Paradise Food Court.
2. Pihak manajemen bekerja sama dengan para pemilik tenant dalam mempertahankan pelayanan yang telah diberikan kepada konsumen dan terus berupaya meningkatkan pelayanan agar lebih baik lagi, sehingga konsumen akan cenderung membeli ulang dan menikmati pelayanan yang ada di Jogja Paradise Food Court dan dapat menjadikan konsumen loyal terhadap kualitas pelayanan di Jogja Paradise Food Court.