

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan untuk membahas mengenai, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel citra merek (X1), harga (X2), dan kualitas pelayanan (X3) secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli ulang (Y) di McDonald's Kota Surabaya
2. Variabel citra merek (X1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli ulang (Y) di McDonald's Kota Surabaya
3. Variabel harga (X2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli ulang (Y) di McDonald's Kota Surabaya
4. Variabel kualitas pelayanan (X3) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli ulang (Y) di McDonald's Kota Surabaya

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian dan kesimpulan penelitian, maka dapat diberikan saran sebagai berikut

1. Bagi Perusahaan
McDonald's di Surabaya perlu memperkuat citra merek melalui strategi pemasaran digital, menjaga kualitas produk yang konsisten, dan meningkatkan komunikasi dengan konsumen. Selain itu, perusahaan juga perlu menetapkan harga yang kompetitif dengan penawaran paket hemat atau promosi yang menarik untuk meningkatkan minat beli ulang konsumen. Walaupun kualitas pelayanan tidak terbukti berpengaruh

signifikan dalam penelitian ini, McDonald's tetap perlu mempertahankan pelayanan prima, sebab pelayanan yang buruk dapat berdampak negatif terhadap kepuasan konsumen dan citra merek dalam jangka panjang.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti kualitas produk, promosi, atau kepuasan konsumen yang berpotensi lebih berpengaruh terhadap minat beli ulang. Penelitian berikut juga dapat dilakukan dengan cakupan wilayah yang lebih luas serta menggunakan pendekatan kualitatif untuk menggali lebih dalam alasan konsumen melakukan pembelian ulang.