

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

- Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan bahwa responden yang diteliti sebanyak 214, mayoritas responden yang diteliti berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 112 orang responden atau dengan persentase 52,3%. Sedangkan sisanya adalah responden laki-laki yaitu sebanyak 102 orang atau dengan persentase 47,7%, dengan pendapatan rata-rata per bulan per bulan kurang dari 3 juta yaitu sebanyak 131 orang atau dengan persentase 61,2%, sedangkan minoritas adalah responden dengan pendapatannya rata-rata per bulan lebih dari 5 juta yaitu sebanyak 15 orang dengan persentase 7%. dan seluruh respondennya pernah datang ke Djournal Coffee PVJ.
- Berdasarkan hasil uji validitas dan reliabilitas yang dilakukan oleh peneliti maka terdapat kesimpulan bahwa dari total 36 indikator pertanyaan yang diuji oleh peneliti, indikator – indikator yang dapat dikatakan valid sebagai berikut: Untuk kualitas pelayanan memiliki jumlah 6 indikator yang valid yaitu nomor X1_13, X1_20, X1_22, X1_26, X1_27, X1_29 dengan masing – masing nilai .659/.660/.604/.850/.807/.780, kepuasan konsumen memiliki 2 indikator yang dianggap valid yaitu nomor X2_1 dan X2_2 dengan masing – masing nilai .836/.596, dan indikator niat pembelian kembali keseluruhannya dianggap valid

yaitu nomor Y1_1, Y1_2, Y1_3, Y1_4 dengan masing – masing nilai .847/.781/.759/.775

- Untuk uji reliabilitas diketahui bahwa nilai alpha instrument penelitian pada masing – masing dimensi lebih besar dari syarat nilai, yaitu sebesar 0,60. Untuk variabel Kualitas Pelayanan hasil Cronbach's Alpha yaitu sebesar 0.989, untuk Kepuasan Konsumen hasil Cronbach's Alpha yaitu sebesar 0,729, dan untuk Niat Pembelian Kembali hasil Cronbach's Alpha yaitu sebesar 0,909. Dapat disimpulkan bahwa hasil dari uji normalitas dengan menggunakan cara ini secara keseluruhan, data memiliki distribusi normal, karena memiliki nilai $\text{sig} > \alpha 0,05$
- Berdasarkan hasil uji multikolineritas terlihat sebagai berikut:

Tolerance:

- Variabel Kualitas Pelayanan = $0,577 > 0,1$
- Variabel Kepuasan Pelanggan = $0,577 > 0,1$

VIF:

- Variabel Kualitas Pelayanan = $1,733 < 10$
- Variabel Kepuasan Pelanggan = $1,733 < 10$

Syarat terpenuhi artinya data terbebas dari uji multikolinerita

- Berdasarkan hasil dari uji heterokedastisitas ini terlihat sebagai berikut:

Hasil uji heterokedastisitas menggunakan metode Scatterplot menunjukkan penyebaran titik secara acak berada di atas dan di bawah angka 0 sehingga dapat disimpulkan data terbebas dari uji heterokedastisitas

- Berdasarkan hasil dari uji regresi linier berganda terlihat sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1.X_1 + \beta_2.X_2 + \varepsilon$$

$$NPK = 1,674 + 0,273.KP + 0,973.KK + \varepsilon$$

*Ket: NPK = Niat Pembelian Kembali

KP = Kualitas Pelayanan

KK = Kepuasan Pelanggan / Konsumen

ε = Error

$\alpha = 1,674$ artinya jika variabel independen Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan sama dengan 0 maka Niat Pembelian Kembali sama dengan 1,674

$\beta_1 = 0,273$ artinya jika variabel independen lain tetap dan Kualitas Pelayanan naik sebesar 1 satuan maka Niat Pembelian Kembali akan meningkat sebesar 0,273

$\beta_2 = 0,973$ artinya jika variabel independen lain tetap dan Kepuasan Pelanggan naik sebesar 1 satuan maka Niat Pembelian Kembali akan meningkat sebesar 0,973

- Berdasarkan hasil uji t untuk mengetahui pengaruh secara partial terlihat sebagai berikut:

➤ Nilai Sig untuk variabel Kualitas Pelayanan = 0,000 < 0,05 artinya secara partial Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Niat Pembelian Kembali

➤ Nilai Sig untuk variabel Kepuasan Pelanggan = 0,000 < 0,05 artinya secara partial Kepuasan Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Niat Pembelian Kembali

- Berdasarkan besarnya pengaruh secara partial tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini:
 - Besarnya pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Pembelian Kembali →
 $R^2 \times 100\% = 0,678^2 \times 100\% = 45,97\%$
 - Besarnya pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Niat Pembelian Kembali →
 $R^2 \times 100\% = 0,700^2 \times 100\% = 49\%$
- Berdasarkan hasil uji F untuk mengetahui pengaruh secara simultan (bersama-sama) dimana nilai sig. = 0,000 < 0,05 artinya secara simultan (bersama-sama) Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Niat Pembelian Kembali. Besarnya pengaruh tersebut dapat dilihat pada uji koefisien korelasi
- Berdasarkan Uji Koefisien Determinasi R Square
Menunjukkan nilai Adjusted R Square pada tabel di atas = 0,572 artinya besarnya pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Niat Pembelian Kembali adalah sebesar 0,572 atau 57,2% sedangkan sisanya yaitu sebesar 42,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat di dalam penelitian ini.

5.2 Impilkasi Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengaruh positif terhadap Djournal Coffee PVJ agar dapat terus memberikan sekaligus meningkatkan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen untuk mempertahankan pelanggan dalam jangka panjang untuk meningkatkan Niat pembelian kembali konsumen.

5.3 Keterbatasan Penelitian

- Penelitian ini dilakukan pada para mahasiswa Universitas Kristen Maranatha, sehingga keragaman jawaban dari responden cukup kurang.
- Penelitian ini dilakukan pada objek Djournal Coffe PVJ yang merupakan Cafe. Dengan demikian, hasil penelitian hanya dapat digeneralisasikan pada penelitian yang membahas objek sejenis dengan penelitian ini.
- Waktu penelitian yang singkat, yang memungkinkan pengumpulan data tidak terlalu banyak, yaitu seminggu.

5.4 Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan yang diperoleh maka saran yang dapat dikemukakan antara lain:

1. Bagi Djournal Coffee PVJ disarankan untuk terus mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen karena terbukti berpengaruh terhadap niat pembelian kembali. Oleh karena itu, pihak Djournal Coffee PVJ perlu lebih meningkatkan terutama pada lingkungan fisik cafe terlebih pada kebersihan kamar kecil yang tersedia. Hal ini akan membuat konsumen semakin nyaman dan akan mendorong pembelian ulang dari konsumen tersebut. Djournal Coffee PVJ juga bisa melakukan survey-

survey terhadap kepuasan konsumen terutama pada produk makanan dan minuman, mulai dari kualitas rasa, varian, porsi, harga dan sebagainya. Dengan adanya masukan informasi yang tepat, maka kepuasan konsumen bisa terus ditingkatkan.

2. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk meneliti faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi niat pembelian kembali pada Coffee Shop ataupun Cafe yang ada di Kota Bandung. Penelitian ke depan perlu memasukan beberapa variabel, antara lain seperti yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya Listiani (2013) yaitu kepuasan pada merek dan komitmen berpengaruh terhadap niat pembelian kembali

3. Peneliti menyarankan untuk dapat menggunakan sampel dan karakteristik yang beragam sehingga kemampuan generalisasi dapat lebih besar

