

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini memiliki tujuan untuk melakukan pengujian Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen dan *Experiential Marketing* terhadap Minat Beli Ulang (studi kasus Mitra Jaya Service Tunggul Hitam kota Padang). Sesuai data yang diperoleh maupun hasil analisis yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Minat Beli Ulang.
2. Kepuasan Konsumen tidak berpengaruh terhadap Minat Beli Ulang.
3. *Experiential Marketing* berpengaruh positif terhadap Minat Beli Ulang.

5.2 Implikasi

1. Bagi Mitra Jaya Service Tunggul Hitam

Kualitas Pelayanan (X1) yang diberikan karyawan sebaiknya dapat meningkatkan minat beli ulang. Dalam pemberian jasa, aspek sikap, keahlian, pengaturan waktu tunggu dan fasilitas yang disediakan bengkel harus baik guna mencapai kualitas pelayanan yang baik. Jika Kualitas yang dihasilkan baik dan sesuai dengan kebutuhan konsumen bengkel sudah memiliki nilai yang baik dimata konsumennya dan dapat memunculkan kepuasan konsumen. Serta menyediakan fasilitas

free wifi atau free minuman sembari menunggu kendaraannya dikerjakan. *Experiential Marketing* (X3) yang dimiliki oleh Mitra Jaya Service Tunggul Hitam seharusnya juga akan meningkatkan minat beli ulang. Jika bengkel Honda menerapkan strategi yang baik maka akan membekas dihati konsumen.

2. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu manajemen pemasaran, khususnya terhadap minat beli ulang. Dari penelitian ini kita bisa melihat seberapa variabel yang mampu memberi pengaruh terhadap minat beli ulang yaitu kualitas pelayanan dan *experiential marketing* .

5.3 Saran

Berpedoman kepada uraian keterbatasan penelitian diatas maka peneliti mengajukan sejumlah saran yang dapat memberikan manfaat bagi:

1. Peneliti dimasa mendatang diharapkan memperluas ruang lingkup objek penelitian yang akan dilakukan, dimana memperluas wilayah penelitian yaitu tidak hanya dibengkel Tunggul Hitam. Hal tersebut penting untuk mendorong meningkatnya kualitas hasil penelitian yang akan diperoleh peneliti dimasa yang akan datang.
2. Peneliti dimasa mendatang diharapkan memperbesar ukuran sampel.
3. Peneliti dimasa mendatang diharapkan menambah minimal satu variabel baru yang juga dapat mempengaruhi minat beli ulang, variabel tersebut seperti promosi, harga dan loyalitas pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditia, A., Komara, A. T., Roslina, N. Y., & Jatmika, L. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Acman: Accounting and Management Journal*, 1(2), 104–114. <https://doi.org/10.55208/aj.v1i2.25>
- Christono, A. B. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal of Economics and Business UBS*, 8(1), 1–17. <https://doi.org/10.52644/joeb.v8i1.13>
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 (9th ed). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair J.F., et al. 2019. *Multivariate Data Analysis. Seventh Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Haryono, N., & Octavia, R. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Mutu Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Industri Elektro Dan Penerbangan*, 4(1), 20–27. <http://jurnal.unnur.ac.id/index.php/indept/article/view/139>
- Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 175–182. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i1.251>
- Kusumadewi, N., & Saraswati, T. G. (2020). Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Beli Ulang pada Official Store Scarlet di Shopee dan Tokopedia. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(2), 6476.
- Kusumawati, A. (2017). Analisis Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pemasaran Modern*, 3(1), 75–86.
- Lesmana, R. (2017). *PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PT . RADEKATAMA PIRANTI NUSA Berikut ini data penjualan PT . Radekatama Piranti Nusa Tahun 2013 dibawah ini : Data Jumlah penjualan Jumlah Keluhan Pelanggan Tahun 2013- 2017 Jenis Keluhan / Complaint Tahun Ketepata*. 2(2), 115–129.
- Lestari, B., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Coffeerville-Oishi Pan Magelang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 2(3), 150–159. <https://doi.org/10.47747/jnmppsdm.v2i3.374>
- Luthfiana, N. A., & Hadi, S. P. (2019). Pengaruh Promosi Penjualan dan E-service Quality Terhadap Minat Beli Ulang (Studi pada Pembeli di Marketplace Shopee). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1), 37–42. <https://doi.org/10.14710/jab.v8i1.23767>
- Muiz, M., Rachma, N., & Slamet, A. R. (2019). Pengaruh Sales Promotion dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Pembelian Ulang di Mediasi Variabel Kepuasan Konsumen.

E-Jurnal Riset Manajemen, 50–62. www.fe.unisma.ac.id

Putri, N. D. P. D., Novitasari, D., Yuwono, T., & Asbari, M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal Of Communication Education*, 15(1), 1267–1283. <https://doi.org/10.58217/joce-ip.v15i1.226>

Rohaeni, H., & Marwa, N. (2018). *Melayani Lebih Baik BAB 1 DAFPUS*. 2(2), 312–318.

Saodin, Nyoman Nerson, Ayu Balqis Adistira, & Ardinal Dwianto. (2022). Pengaruh Experiential Marketing, Perceived Quality Dan Advertising Terhadap Keputusan Pembelian Produk Luwak White Koffie. *Kalianda Halok Gagas*, 5(1), 1–13. <https://doi.org/10.52655/khg.v5i1.35>

Sugiyono.(2016).Metode Penelitian kuantitatif,kualitatif dan R&D.Bandung:Alfabeta

Triyoko, T. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang Di Kedai Yoko. *Jurnal Daya Saing*, 8(1), 56–61. <https://doi.org/10.35446/dayasaing.v8i1.818>

Yanti Febrini, I., Widowati PA, R., & Anwar, M. (2019). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang Di Warung Kopi Klotok, Kaliurang, Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 10(1), 35–54. <https://doi.org/10.18196/mb.10167>

Yusuf, J. C., Prayogo, R., Program, F. A., Perhotelan, M., Manajemen, S., Bisnis, F., & Ekonomi, D. (2021). Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Di Traveloka. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 9(1), 1–11. <https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-perhotelan/article/view/11496>