

BAB V

SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada pembahasan mengenai pengaruh citra merek, persepsi harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian ulang menonton di bioskop Cinema XXI Yogyakarta, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap pembelian ulang konsumen untuk menonton di bioskop Cinema XXI Yogyakarta.
2. Persepsi merek berpengaruh positif signifikan terhadap pembelian ulang konsumen untuk menonton di bioskop Cinema XXI Yogyakarta.
3. Kualitas layanan merek berpengaruh positif signifikan terhadap pembelian ulang konsumen untuk menonton di bioskop Cinema XXI Yogyakarta..

B. Keterbatasan Penelitian

1. Sampel penelitian ini hanya terbatas pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Penelitian ini hanya terbatas pada pengaruh citra merek, persepsi harga dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian ulang menonton di bioskop Cinema XXI Yogyakarta.

C. Saran

1. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah variabel independen yang sekiranya mampu memenuhi keputusan pembelian ulang.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan mampu untuk mengembangkan model penelitian yang ada, menambahkan variabel lain yang mampu memprediksi keputusan pembelian ulang.