

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

5.1.1 Berdasarkan hasil dan pembahasan pada bab IV, dapat diuraikan bahwa variabel kualitas produk dan keputusan pembelian konsumen pada Bakso Mbak Uus memiliki hasil yang beragam. Adapun hasil yang didapat dari setiap variabel yaitu variabel kualitas produk sebesar 91,5% dan variabel keputusan pembelian sebesar 91%.

a. Kualitas Produk Dengan Indikator:

1. Kesesuaian: Mendapatkan IS = 90,4%, interpretasi “Sangat Kuat”
2. Ketahanan: Mendapatkan IS = 92%, interpretasi “Sangat Kuat”
3. Keandalan: Mendapatkan IS = 91%, interpretasi “Sangat Kuat”
4. Kesan Kualitas: Mendapatkan IS = 90,8%, interpretasi “Sangat Kuat”

b. Keputusan Pembelian Dengan Indikator:

1. Tujuan dalam membeli produk: Mendapatkan IS = 91%, interpretasi “Sangat Kuat”
2. Pemrosesan informasi sampai ke pemilihan merek: Mendapatkan IS = 92%, interpretasi “Sangat Kuat”
3. Memberikan rekomendasi kepada orang lain: Mendapatkan IS = 92,4%, interpretasi “Sangat Kuat”
4. Melakukan pembelian ulang: Mendapatkan IS = 91,4%, interpretasi “Sangat Kuat”

5.1.2 Variabel yang paling dominan dari variabel kualitas produk dan keputusan pembelian terdapat pada variabel Keputusan Pembelian, pada indikator “Memiliki rencana untuk merekomendasikan kepada konsumen atau saudara bahwa Bakso Mbak Uus memiliki cita rasa yang enak dengan IS sebesar 92,4%.

5.2 Saran

1. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, untuk terus meningkatkan variabel kualitas produk yaitu dengan cara menjaga kualitas bakso agar selalu fresh dan harga tetap serta memberikan varian baru pada menu, karena pada variabel kualitas produk memiliki skor paling rendah yaitu 91%.
2. Untuk mempertahankan variabel pembelian agar dapat terus menjaga kepercayaan konsumen, Waroeng Bakso Mbak Uus diharapkan dapat terus konsisten dalam menjaga kualitas agar variabel keputusan pembelian dapat terus terjaga dan meningkat.