

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel citra pembuat (X1), variabel citra pemakai (X2), variable citra produk (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada pembelian Pempek di Toko Pempek Lala Kota Palembang. Maka, berdasarkan hasil penelitian tersebut, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji t diperoleh bahwa citra pembuat (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) Artinya konsumen cenderung mempertimbangkan citra pembuat saat ingin membeli pempek di Toko Pempek Lala.
2. Berdasarkan hasil uji t diperoleh bahwa citra pemakai (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Artinya konsumen tidak memikirkan atau mempertimbangkan mengenai citra pemakai dan akan tetap memutuskan pembelian pempek di Toko Pempek Lala
3. Berdasarkan hasil uji t diperoleh bahwa citra produk (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). artinya konsumen tidak mempertimbangkan mengenai jaminan akan rasa dan pelayanan yang baik atau cepat.
4. Berdasarkan uji F (simultan) diperoleh bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara citra pembuat (X1), citra pemakai (X2) dan citra produk (X3) secara simultan terhadap keputusan pembelian.

5.2. Saran

Setelah melakukan penelitian ini, pembahasan dan menarik kesimpulan dari hasil penelitian, maka peneliti memberikan saran sehingga dapat menjadi masukan dan bahan pertimbangan serta bermanfaat bagi pihak-pihak yang memerlukan. Berikut adalah saran-saran dari peneliti:

1. Toko Pempek Lala hendaknya membangun citra pembuat & citra produk yang positif supaya dapat bertahan dan bersaing dengan bisnis serupa dan lebih menyebar luaskan mengenai pelayanan online yang mereka punya
2. Toko Pempek Lala hendaknya mempertahankan layanan menu yang sesuai dengan cita rasa khas Kota Palembang. Karena hal itu dapat menunjang citra pemakai dari Toko Pempek Lala itu sendiri
3. Toko Pempek Lala hendaknya memiliki pelayanan yang baik dan cepat dan jaminan rasa pempek bagi konsumen sehingga dapat meningkatkan citra produk yang baik

