

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan dari hasil uraian-uraian yang telah dibahas dalam bab-bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan hasilnya serta saran-saran yang dapat bermanfaat bagi Pecel Lele Lela Cabang R. Soekamto Palembang.

5.1 Kesimpulan

1. Pada variabel X yang terdiri dari X.1 tentang karakteristik merek yang memiliki 5 pernyataan dengan rata-rata 80,3 persen, X.2 tentang manfaat untuk konsumen yang memiliki 3 pernyataan dengan rata-rata 59,3 persen, X.3 tentang keyakinan konsumen yang memiliki 4 pernyataan dengan rata-rata 85,375 persen dan variabel Y tentang keputusan pembelian yang memiliki 5 pernyataan dengan rata-rata 77,8 persen.
2. Di antara keempat variabel yang telah dibahas, variabel yang paling dominan yaitu pada variabel X.3 yaitu tentang keyakinan konsumen. Variabel ini terdiri dari 4 pernyataan yaitu tentang label halal yang telah dimiliki dengan persentase 89,5 persen, rasa makanan yang disediakan enak dengan persentase 85,5 persen, pemilihan tempat pecel lele yang nyaman dengan persentase 83 persen, serta varian produk yang disediakan banyak dengan persentase 83,5 persen.

5.2 Saran

Berdasarkan permasalahan pada bab sebelumnya penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Untuk Pecel Lele Lela Cabang R. Soekamto Palembang ada baiknya tetap menjaga keyakinan dari konsumen agar para konsumen tetap percaya dan tetap memilih Pecel Lele Lela sebagai tempat makan yang diminati.
2. Untuk Pecel Lele Lela Cabang R. Soekamto Palembang ada baiknya meningkatkan variabel karakteristik merek, manfaat untuk konsumen dan keputusan pembelian sehingga konsumen tetap memilih Pecel Lele Lela Cabang R. Soekamto Palembang dalam menentukan rumah makan yang menjual pecel lele.