

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat dijelaskan kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengaruh kualitas produk dan harga jual terhadap keputusan pembelian konsumen Restoran Ayam Saos Palembang sebesar 0,722 atau sebesar 72,2%, sisanya 27,3% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak terdapat pada penelitian ini.
2. Berdasarkan uji t dapat dilihat bahwa $t_{hitung} 4,341 > t_{tabel} 1,6606$ pada variabel kualitas produk (X_1), sedangkan nilai $t_{hitung} 4,957 > t_{tabel} 1,6606$ pada variabel harga jual (X_2). Artinya bahwa kedua variabel memiliki pengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada konsumen Restoran Ayam Saos Palembang.
3. Berdasarkan uji F dapat dilihat bahwa F_{hitung} sebesar 129,249 $> F_{tabel}$ sebesar 3,0892. Artinya kualitas produk dan harga jual berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian konsumen.

5.2 Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan yang telah dijelaskan, maka penulis mempunyai beberapa saran, yaitu:

1. Bagi Restoran Ayam Saos Palembang untuk lebih memperhatikan variabel kualitas produk yang dijual. Mengingat semakin banyak pesaing baru yang mulai muncul dengan kualitas produk yang variatif dan Restoran Ayam Saos Palembang harus menjaga konsistensi dalam pemilihan kualitas produk yang bagus karena sangat penting dalam sebuah usaha, Upaya yang harus dilakukan ialah seperti menambah Menu dan varian rasa produk baru pada

Ayam Saos Palembang. Sehingga apabila memperhatikan kualitas produk konsumen akan tertarik dan tidak merasa bosan setiap harinya dan juga dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

2. Harga Restoran Ayam Saos Palembang juga hendaknya perlu di pertahankan karena konsumen Restoran Ayam Saos Palembang setuju dengan harga yang sudah disesuaikan dengan kualitas yang diberikan. Maka dari itu Restoran Ayam Saos Palembang sebaiknya sering mengadakan potongan harga (*discount*) agar lebih menarik perhatian konsumen untuk memutuskan pembelian pada Restoran Ayam Saos Palembang .
3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan penelitian sebelumnya. dikarenakan besar hubungan antara kualitas produk dan harga jual terhadap keputusan pembeli hanya sebesar 72,7% sisanya 27,3% dapat di pengaruhi dengan varabel lain dan bagi peneliti selanjutnya disarankan agar lebih mengembangkan variabel-variabel lain guna memberikan kontribusi yang lebih baik.

