

## **BAB VI**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **6.1. Kesimpulan**

Berdasarkan dari hasil uji analisis regresi linier berganda yang telah di uji oleh peneliti maka kesimpulannya sebagai berikut :

1. Trend perkembangan jumlah penjualan nasi krawu habbah sufa dalam 5 tahun terakhir cenderung mengalami kenaikan.
2. Berdasarkan karakteristik responden dari usia responden didominasi pada rentang usia 30-39 tahun dengan presentase 40% dengan jenis kelamin didominasi oleh wanita dengan presentase 68%, pendidikan terakhir responden didominasi oleh S1 (Sarjana) dengan presentase 39%, domisili didominasi oleh responden Kab. Gresik dengan persentase 79%, pekerjaan responden didominasi oleh karyawan swasta dengan presentase 31%, pendapatan responden didominasi pada rentang Rp.3.000.000-4.999.999 per bulan dengan presentase 44%, frekuensi pembelian responden terhadap nasi krawu adalah sering yaitu sebanyak 3-5 kali dalam sebulan dengan presentase 48%.
3. Secara simultan variabel harga, kualitas produk, lokasi, kualitas pelayanan, dan pendapatan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian nasi krawu habbah sufa dengan nilai F hitung 12,993. Sedangkan secara parsial variabel yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian nasi krawu habbah sufa adalah variabel kualitas produk (X2) dan variabel kualitas pelayanan (X4) sedangkan variabel harga (X1), variabel lokasi (X3) dan variabel pendapatan (X5) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

#### **6.2. Saran**

1. Pihak manajemen Rumah Makan Nasi Krawu Habbah Sufa sebaiknya mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk serta kualitas pelayanan, mengingat kedua faktor tersebut terbukti berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Peningkatan kualitas produk dapat dilakukan dengan cara menjaga konsistensi cita rasa, kebersihan, dan kesegaran bahan baku. Sementara itu, peningkatan kualitas pelayanan dapat ditempuh melalui pelatihan karyawan secara berkala guna meningkatkan keterampilan dan keramahan dalam melayani pelanggan.
2. Meskipun faktor harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, pihak manajemen perlu tetap memperhatikan strategi penetapan harga yang kompetitif. Hal ini

penting untuk menjaga loyalitas pelanggan dalam jangka panjang, terutama mengingat persaingan yang semakin ketat di industri kuliner.

3. Pihak manajemen dapat mempertimbangkan untuk melakukan inovasi produk dengan tetap mempertahankan cita rasa khas Nasi Krawu. Inovasi ini dapat berupa variasi menu atau penyajian yang lebih menarik, namun tetap memperhatikan preferensi konsumen loyal.
4. Mengingat sebagian besar konsumen berasal dari Kabupaten Gresik, pihak manajemen dapat mempertimbangkan untuk membuka cabang baru di lokasi strategis lainnya di wilayah tersebut. Hal ini dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan aksesibilitas bagi konsumen.
5. Pihak manajemen sebaiknya memanfaatkan teknologi informasi dan media sosial untuk meningkatkan promosi dan interaksi dengan konsumen. Hal ini dapat dilakukan melalui pembuatan website resmi, aktif di platform media sosial, serta memanfaatkan layanan pesan-antar daring untuk menjangkau segmen konsumen yang lebih luas.
6. Mengingat sebagian besar konsumen berada pada rentang usia 30-39 tahun, pihak manajemen dapat mempertimbangkan untuk mengembangkan program loyalitas pelanggan yang sesuai dengan karakteristik kelompok usia tersebut. Program ini dapat berupa sistem poin reward, diskon khusus, atau promosi bundling yang menarik.

