

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, maka dalam penelitian ini dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas Produk (X_1) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Makan Ayam Bakar Pak D Gresik Cabang Wahidin.
2. Harga (X_2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Makan Ayam Bakar Pak D Gresik Cabang Wahidin.
3. Citra Merek (X_3) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Makan Ayam Bakar Pak D Gresik Cabang Wahidin.
4. Kualitas Layanan (X_4) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Makan Ayam Bakar Pak D Gresik Cabang Wahidin.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil analisis, pembahasan dan kesimpulan penelitian maka merekomendasikan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

- a. Manajemen Rumah Makan Pak D Gresik Cabang Wahidin harus mampu meningkatkan kualitas produk yang dijualnya, karena dengan adanya kualitas produk yang baik maka konsumen akan merasakan puas dan membuat konsumen kembali lagi.
- b. Manajemen Rumah Makan Pak D Gresik Cabang Wahidin harus mampu menetapkan harga sesuai dengan kualitas produk, karena akan membuat konsumen lebih percaya dan tertarik membeli di rumah makan tersebut.
- c. Manajemen Rumah Makan Pak D Gresik Cabang Wahidin harus menjaga dan tetap mempertahankan nama merek rumah makan tersebut, karena dengan adanya citra merek yang baik akan membuat rumah makan tersebut bisa dikenal banyak orang dan mempunyai reputasi yang baik.
- d. Manajemen Rumah Makan Pak D Gresik Cabang Wahidin harus mampu menjaga dan melestarikan kualitas layanan kepada konsumen, jika ada keluhan harus segera ditangani dan ditanggapi. Dengan adanya pelayanan yang baik maka konsumen akan merasa puas dan kebutuhannya merasa terpenuhi.

2. Bagi peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi dengan menambah variabel-variabel bebas yang lain seperti Iklan, Lokasi, Promosi, dan Keragaman Menu yang dapat mempengaruhi Keputusan Pembelian serta menggunakan teknik analisis yang berbeda yaitu dengan menggunakan teknis analisis Jalur (*Path Analysis*), yang merupakan teknik

analisis dari perluasan regresi linier berganda untuk menaksir hubungan kausalitas antar variabel (model kausal) yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori (Ghozali, 2013;237).