

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pengaruh Kualitas Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan Harga (X3) terhadap Keputusan Pembelian(Y) yang pengumpulan datanya menggunakan data primer melalui kuesioner sebanyak 132 responden, dengan analisis regresi linear berganda, maka terdapat beberapa disimpulkan, sebagai berikut :

1. Variabel Kualitas Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian pada Roji Ramen Bintaro Tangerang Selatan.
2. Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Roji Ramen Bintaro Tangerang Selatan.
3. Variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Roji Ramen Bintaro Tangerang Selatan.

5.2 Saran

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya disarankan untuk menguji pengaruh variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan menentukan sampel yang representatif dari pelanggan Roji Ramen yang membeli lebih dari satu kali. Selain itu, menambahkan jumlah responden yang lebih banyak dari penelitian yang telah dianalisis saat ini, sehingga pendekatan penelitian ini lebih terstruktur dan komprehensif. Pernyataan yang diberikan dapat dirumuskan sesuai persepsi konsumen terhadap kualitas bahan baku, rasa, dan penampilan makanan yang mungkin dapat berdampak terhadap keputusan pembelian. Penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan variabel lainnya, selain variabel independen menggunakan variabel mediasi (intervening), seperti brand awarness dan citra merek. Kemungkinan dapat menjadi peran mediasi yang memberikan kontribusi pengaruh antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Roji Ramen.

2. Saran Bagi Perusahaan

Implikasi praktis dari temuan penelitian, restoran Roji Ramen dapat menggunakan informasi penelitian ini untuk meningkatkan kualitas pelayanan untuk konsumen dan memperkuat strategi penetapan harga, sebagai berikut:

- 1) Roji Ramen dapat menentukan beberapa langkah strategis yang berfokus pada pelatihan staf, peningkatan fasilitas, dan optimalisasi pengalaman pelanggan, seperti melaksanakan program pelatihan rutin untuk seluruh staf, yang mencakup layanan pelanggan, pengetahuan produk, etiket, dan kemampuan komunikasi sehingga karyawan dapat menangani keluhan pelanggan, memberikan rekomendasi menu, dan prosedur layanan yang efisien. Roji Ramen rutin menerapkan survei kepuasan pelanggan secara berkala untuk mengumpulkan masukan atau saran mengenai kualitas layanan, gunakan umpan balik ini untuk melakukan perbaikan yang diperlukan. Tetapkan sistem evaluasi kinerja untuk staf berdasarkan umpan balik pelanggan, Roji Ramen selalu siap untuk beradaptasi dengan tren terbaru dan masukan pelanggan. Hal ini dapat berupa menu baru, opsi layanan tambahan, atau perubahan lain yang meningkatkan pengalaman pelanggan.
- 2) Harga yang wajar adalah harga yang mencerminkan manfaat dan nilai yang dirasakan oleh konsumen. Roji Ramen perlu menetapkan harga yang ditawarkan kompetitif dan sesuai dengan kualitas pelayanan. Strategi penetapan harga yang kompetitif dengan membedakan harga pesaing melalui nilai dan manfaat yang konsumen dapatkan melalui diskon dan promosi khusus pada tanggal tertentu. Roji Ramen menawarkan keunikan dan atau kualitas yang lebih tinggi dibandingkan kompetitor, harga dapat disesuaikan untuk mencerminkan nilai tersebut. Pastikan harga yang tercantum di menu makanan, promosi yang jelas dan mudah dipahami oleh konsumen. Tentukan seberapa besar nilai yang dirasakan konsumen terhadap produk dan layanan Roji Ramen. Jika konsumen merasa mendapatkan nilai tinggi, mereka cenderung menerima harga yang lebih tinggi. Konsumen merasa manfaat yang diberikan produk sebanding atau melebihi harga yang dibayar, mereka akan lebih cenderung melakukan pembelian yang berdampak terhadap peningkatan daya saing dan

kepuasan pelanggan yang pada akhirnya dapat meningkatkan keputusan pembelian.

