

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk melihat pengaruh dari Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian produk Burger King di Tangerang Selatan. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dijelaskan, maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada produk Burger King. Hal ini karena konsumen percaya bahwa kualitas produk Burger King dapat meningkatkan penjualan dan membantu konsumen dalam membuat keputusan pembelian. Kualitas produk makanan Burger King memiliki kualitas yang baik seperti produk makanan yang memiliki pilihan menu yang beragam dan aroma makanan yang menggugah selera, dan kualitas produk itu lah yang berperan penting dalam mempengaruhi pandangan konsumen terhadap produk Burger King. Terutama dikalangan generasi Z yang bertempat tinggal di Tangerang Selatan, yang didominasi oleh perempuan, dimana mereka menunjukkan kepercayaan yang kuat terhadap kualitas produk Burger King karena kebanyakan dari mereka menyukai makanan cepat saji. Ini menunjukkan bahwa kualitas produk efektif meningkatkan penjualan dengan berhasil untuk mempengaruhi keputusan pembelian.
2. Variabel Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada produk Burger King. Kualitas Pelayanan (X_2) tidak memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian (Y) produk Burger King. Hasil tersebut dibuktikan dengan nilai t hitung $< t$ tabel yaitu sebesar $1.048 < 1.979$ dan nilai signifikansi > 0.05 yaitu sebesar 0.297 . Tidak berpengaruh secara parsial menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh yang dapat dibedakan secara statistik terhadap variabel keputusan pembelian ketika dikontrol terhadap variabel-variabel lain dalam model analisis penelitian ini.

3. Variabel Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk Burger King. Hal ini karena konsumen percaya bahwa harga dapat meningkatkan penjualan dan membantu konsumen dalam membuat keputusan pembelian. Harga produk makanan Burger King memiliki harga yang terjangkau yang bersaing dengan restaurant makanan cepat saji lainnya, dan kualitas produk makanan Burger King baik sesuai dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen. dan harga itu lah yang berperan penting dalam mempengaruhi pandangan konsumen terhadap harga produk makanan Burger King. Terutama dikalangan generasi Z yang bertempat tinggal di Tangerang Selatan, yang didominasi oleh perempuan, dimana mereka menunjukkan persetujuan yang kuat terhadap harga Burger King karena kebanyakan dari mereka menyukai makanan cepat saji dengan harga yang relatif rendah atau terjangkau. Ini menunjukkan bahwa harga produk efektif meningkatkan penjualan dengan berhasil untuk mempengaruhi keputusan pembelian.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang sudah dijelaskan, saran yang dapat diberikan yaitu :

- a. Bagi Perusahaan

Perusahaan Burger King harus memaksimalkan keputusan pembelian pada produk Burger King, mengembangkan strategi melalui peningkatan kualitas produk yang efektif perusahaan harus dapat mengetahui selera konsumen terhadap makanan cepat saji dengan terus meningkatkan kualitas produk pada setiap menu yang ada dengan terus meningkatkan rasa makanan yang terbuat dari bahan produksi yang berkualitas, aroma makanan, penampilan makanan, tekstur makanan, tingkat kematangan makanan yang pas, dan memperbanyak lagi varian menu sesuai dengan selera konsumen. Dengan meningkatkan kualitas produk secara konsisten maka konsumen akan merasa puas dan membuat keputusan pembelian selain itu akan membuat Burger King lebih menarik dimasyarakat. Hal lain yang perlu ditingkatkan adalah pada pelayanan Burger King, dimana Burger King harus dapat memberikan pelayanan yang tepat dengan ketanggapan dan kecepatan pelayanan dalam menyajikan

makanan, juga meningkatkan kesopanan dengan melakukan komunikasi yang baik dengan konsumen, memberikan perhatian kepada konsumen juga diperlukan dalam hal pelayanan, selain itu perusahaan harus dapat menyediakan fasilitas yang lengkap. Pentingnya keramahan bagi pegawai Burger King dalam menyambut dan berbicara kepada setiap konsumen, yang nantinya akan membuat pengalaman berkunjung konsumen terasa menyenangkan yang membuat konsumen melakukan keputusan pembelian. Selain itu Burger King harus dapat memberikan harga yang terjangkau untuk setiap produknya kepada konsumen, namun harga yang terjangkau harus sesuai dengan kualitas produk, kemudian harga yang dibayarkan oleh konsumen harus sesuai dengan rasa dan kualitas yang mereka dapat kan, selain itu harga jual produk Burger King harus lebih terjangkau dibandingkan tempat makan cepat saji lainnya agar Burger King dapat unggul dari competitor sejenisnya.

- memberikan porsi yang layak atau tepat sesuai dengan harga yang ditetapkan.

Dengan menetapkan harga yang terjangkau untuk semua menu dapat menjadi daya Tarik masyarakat di tengah persaingan pada industri makanan cepat saji sangat ketat. Dengan menggabungkan upaya kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga secara efektif akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dan meningkatkan penjualan produk dari Burger King.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya diperkirakan mampu mengemukakan dan menambahkan variabel lainnya yang relevan untuk diteliti seperti *Brand Image*, *Loyalitas*, *Promosi*, atau faktor-faktor lain yang mampu mempengaruhi hubungan antara setiap variabel yang ada dalam penelitian ini. Tujuannya agar mendapatkan temuan yang lebih inovatif dan berkembang dari penelitian sebelumnya