

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya tentang Pengaruh Produk, Harga, Lokasi, Promosi, Orang, Bukti Fisik dan Proses Terhadap Keputusan Pembelian Golden Lamian di Tangerang Selatan sebagai berikut:

1. Produk tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Golden Lamian Cabang BSD Ruko Bidex.
2. Harga tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Golden Lamian Cabang BSD Ruko Bidex.
3. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Golden Lamian Cabang BSD Ruko Bidex. Artinya semakin tinggi persepsi pelanggan terhadap Lokasi Golden Lamian, maka akan semakin tinggi keyakinan pelanggan untuk memutuskan membeli Golden Lamian.
4. Promosi tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Golden Lamian Cabang BSD Ruko Bidex.
5. Orang berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Golden Lamian Cabang BSD Ruko Bidex. Artinya semakin tinggi persepsi pelanggan terhadap Orang (Stakeholder) Golden Lamian, maka akan semakin tinggi keyakinan pelanggan untuk memutuskan membeli Golden Lamian.
6. Bukti Fisik tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Golden Lamian Cabang BSD Ruko Bidex.
7. Proses tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Golden Lamian Cabang BSD Ruko Bidex.

B. Saran

Berdasarkan analisis yang dilakukan dalam penelitian dan hasil kesimpulan sebelumnya, maka saran yang dapat dijadikan sebagai masukan untuk Golden Lamian agar dapat membentuk dan meningkatkan Keputusan Pembelian, sebagai berikut:

1. Bagi Golden Lamian

Golden Lamian sebaiknya terus mencari akses yang lebih mudah dijangkau agar semakin banyaknya peminat untuk membeli Golden Lamian. Karyawan Golden Lamian sebaiknya harus lebih responsif dalam menanggapi keluhan para konsumen dan juga harus lebih ramah. Selain itu Golden Lamian sebaiknya melakukan strategi terkait produk, harga, promosi, bukti fisik, dan proses yang sesuai dengan target konsumennya agar dapat menjadi menjadikan variable-variabel tersebut sebagai keunggulan dan bahan pertimbangan pelanggan dalam memilih makanan dine in.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya dapat menggunakan variable yang berbeda dalam determinan keputusan pembelian, selain itu dapat juga menggunakan produk yang berbeda dalam penelitiannya.

