

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas produk, persepsi harga, tempat dan promosi terhadap minat beli food dan beverage di Tamelo Atap Resto. Berdasarkan perumusan masalah dan pembahasan maka dapat diambil kesimpulan :

1. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli, jika kualitas produk meningkat maka semakin menarik minat beli, hal ini juga tercermin dari kualitas produk yang digunakan konsumen. Memiliki pengaruh yang ideal dan perhatian pribadi memberikan nilai terbaik untuk uang kepada pelanggan.
2. Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli, semakin tinggi persepsi harga maka semakin terbatas niat beli serta persepsi harga dibuktikan dengan deretan persepsi harga untuk pelanggan. Memiliki pengaruh yang ideal dan perhatian pribadi memberikan nilai yang baik bagi klien.
3. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, semakin strategis lokasi maka akan semakin menarik minat beli, serta lokasi digambarkan dengan lokasi yang ideal dan secara pribadi berpengaruh pada perhatian yang membawa nilai baik bagi Tamelo Pelanggan Atap Resto menurut uji hipotesis pertama yang diterima,
4. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi pembelian, jika promosi meningkat maka semakin menarik preferensi pembelian begitu pula dengan promosi yang ditunjukkan melalui promosi pelanggan. Untuk pelanggan Tamelo Atap Resto sesuai dengan hipotesis pertama yang diterima.

B. SARAN

Berlandaskan hasil dan penarikan kesimpulan, oleh karena itu penulis mengutarakan sejumlah saran berangkali bermanfaat supaya amplifikasi kinerja karyawan terus meningkat di Tamelo Atap Resto serta penelitian selanjutnya. Maka hasil dan pembahasan dalam penelitian ini penulis mengajukan :

1. Pengusaha Tamelo Atap Resto, kualitas produk dapat meningkatkan kualitas produk ini, namun pengusaha juga harus mendengarkan ide atau gagasan dari karyawan/pelanggan agar kualitas produk di Tamelos Atap Resto akan terus ditingkatkan, khususnya fungsi pendukung seperti motivasi interpersonal dan perhatian individu adalah nilai kualitas produk yang baik, karena pengusaha menjadi teman karyawan / pelanggan.
2. Dalam penelitian Tamelo Atap Resto ini, persepsi harga adalah bahwa pelanggan tetap mempertahankan kepuasan mereka karena produk persepsi harga harus dievaluasi sendiri sehingga bisnis dapat terus mencapai hasil yang sebesar mungkin bagi mereka untuk melakukannya. tidak mudah memberikan wajah sore lainnya di kantor Tamelo Atap Resto, mendukung fungsi, minat beli, yang mempengaruhi persepsi harga Tamelo Atap Resto.
3. Pada penelitian ini lokasi Tamelo Atap Resto yang sudah menjadi tanggung jawab pengusaha kepada pelanggan didukung dengan karakteristik seperti tujuan yang dapat dicapai, akses jalan yang strategis, lokasi dan kondisi yang strategis. Pengusaha juga harus memiliki kesempatan untuk membuat pelanggan tetap tertarik dengan situasi apapun sehingga pelanggan tetap produktif mengunjungi tempat-tempat kenangan Tamelo Atap Resto.
4. Promosi dalam penelitian ini Tamelo Atap Resto atau tanggung jawab untuk mempertahankan bisnis ini adalah salah satu target pelanggan, terutama jika pesaing lain dapat mengambil pelanggan, yang dapat menyebabkan peningkatan daya saing Tamelo Atap.