

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bagian akhir dalam skripsi ini “Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk KFC Margonda Raya Depok”, yang didasari pada hasil penelitian yang dilakukan yang terurai pada bab sebelumnya hasil dan pembahasan serta pada bab-bab lain tentang dasar teori serta kajian pustaka yang memperkuatnya, maka penulis dapat menarik simpulan dan saran. Adapun kesimpulan dan saran dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

A. Kesimpulan

Berdasarkan perumusan masalah dari hasil penelitian ini, maka kesimpulan yang didapat adalah sebagai berikut:

1. Hasil uji hipotesis pertama menunjukkan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian pada KFC Margonda Raya Depok. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan yang diberikan oleh KFC Margonda Raya Depok sudah dapat memenuhi harapan dari para konsumen, maka kualitas layanan yang baik dari KFC Margonda Raya Depok dapat memberikan keputusan pembelian kembali pada pengguna KFC Margonda Raya Depok.

2. Hasil uji hipotesis kedua menunjukkan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan citra merek terhadap keputusan pembelian pada KFC Margonda Raya Depok. Hal ini menunjukkan bahwa citra merek yang diberikan oleh KFC Margonda Raya Depok sudah dapat dirasakan dari para konsumen, maka citra merek yang baik dari KFC Margonda Raya Depok dapat memberikan keputusan pembelian kembali pada pengguna KFC Margonda Raya Depok.
3. Hasil uji hipotesis ketiga menunjukkan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan harga terhadap keputusan pembelian pada KFC Margonda Raya Depok. Hal ini menunjukkan bahwa harga yang diberikan oleh KFC Margonda Raya Depok sudah dapat menjadi pertimbangan dari para konsumen, maka harga yang baik dari KFC Margonda Raya Depok dapat memberikan keputusan pembelian kembali pada pengguna KFC Margonda Raya Depok.

B. Saran

Berdasarkan permasalahan penelitian dan pembahasan tentang pengaruh kualitas layanan, citra merek, dan harga terhadap keputusan pembelian pada KFC Margonda Raya Depok, maka ada beberapa saran yang akan peneliti kemukakan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil deskripsi jawaban responden dapat dilihat dari nilai terendah dari variabel Kualitas Layanan (X1) ada pada pernyataan KL5 "Pelayanan yang diberikan KFC Margonda raya sama pada semua konsumen". Oleh karena itu saran yang bisa menjadi

pertimbangan yaitu KFC harus mempertahankan kualitas layanan kepada konsumen seperti tidak membedakan konsumen yang membeli dengan jumlah banyak dan yang sedikit, kecepatan dalam melayani sehingga konsumen tidak merasa jenuh ketika menunggu antrian dan melengkapi fasilitas toko seperti kursi, mengingat konsumen yang dapat biasanya menunggu sambil berdiri.

2. Berdasarkan hasil deskripsi jawaban responden dapat dilihat dari nilai terendah variable Citra Merek ada pada pernyataan CM3 “Harapan konsumen pada produk dan layanan terpenuhi”. Oleh karena itu saran yang bisa dijadikan pertimbangan yaitu KFC dapat meningkatkan dan mempertahankan citra merek perusahaan dari produk-produk yang dihasilkan, karena citra merek mampu menjadi patokan bagi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian, sehingga dapat menaikkan penjualan. KFC dapat melakukan program CSR agar reputasi mereknya meningkat.

3. Berdasarkan hasil deskripsi jawaban responden dapat dilihat dari nilai terendah variable Harga ada pada pernyataan HAR4 “Harga produk KFC mampu bersaing dengan makanan fastfood yang lain”. Oleh karena itu saran yang bisa dijadikan pertimbangan yaitu KFC perlu melakukan produksi dengan seefisien mungkin agar memperoleh harga yang rendah agar keputusan pembelian meningkat dan mengadakan promo menarik untuk konsumen agar tidak berpaling dari KFC.