

BAB V

Kesimpulan dan Saran

1.1 Kesimpulan

Berikut kesimpulan yang dapat diambil berdasarkan penelitian:

1. Berdasarkan pengolahan data pada halaman 69 (enam puluh sembilan) kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada ayam geprek K39 cabang cikampek
2. Berdasarkan pengolahan data pada halaman 69 (enam puluh sembilan) harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada ayam geprek K39 cabang cikampek
3. Berdasarkan pengolahan data pada halaman 69 (enam puluh sembilan) kepuasan konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada ayam geprek K39 cabang cikampek
4. Berdasarkan pengolahan data pada halaman 71 (tujuh puluh satu) kualitas produk, harga dan kepuasan konsumen berpengaruh secara stimultan terhadap keputusan pembelian pada ayam geprek K39 cabang cikampek

1.2 Saran

Saran-saran berikut dapat dibuat sehubungan dengan temuan penelitian ini:

1. Berdasarkan penilaian tabel *descriptive* pada variabel kualitas produk yaitu pada Jawaban responden tentang “Selalu Fresh dan hangat”, dengan senilai 61,2 persen, mayoritas dari mereka yang disurvei setuju. Dimana sebagian konsumen akan selalu menginginkan produk makanan yang fresh dan hangat. Maka *Owner* dapat selalu menyediakan lingkungan dapur yang bersih agar tidak terkontaminasi oleh benda, hewan, atau hal-hal lainnya yang bukan merupakan bagian dari bahan makanan tersebut, dimana owner dapat menyiapkan peralatan *Cold Kitchen Equipment*.

Peralatan untuk menyiapkan dan menyimpan bahan baku dan lain-lain agar dapat selalu fresh dan steril, dimana dapat menyiapkan sebagai berikut)*Refrigerated Pasry Case* 2) *Refrigerator* dan *freezer* 3) *Vending Machine* dan agar makanan selalu hangat maka disarankan bagi *owner* agar Mesin tersebut bernama Bain Marie Counter. Makanan siap saji dapat dipajang dan dihangatkan di mesin display makanan atau Konter Bain Marie. Hal ini untuk membuat makanan yang dijual bertahan lebih lama.

2. Berdasarkan penilaian tabel *descriptive* pada variabel kualitas produk yaitu pada jawaban responden tentang “harga bersaing (lebih murah dengan tempat kuliner sejenis lainnya)”, sebagian besar responden menjawab setuju sebesar 65,5%. Maka *owner* harus memiliki kolega tetap yang lebih baik dan murah dalam penyediaan bahanbaku agar dapat selalu menjaga dan membuat *cost* menjadi lebih rendah agar harga jual produk dapat dibuat lebih rendah dan *owners* serta dapat memberikan diskon dan promosi di saat *event* dan hari tertentu.
3. Untuk variabel kepuasan konsumen Ayam Geprek K39 Cabang Cikampek. dengan nilai variabel *descriptive* terbesar pada kepuasan konsumen adalah jawaban responden tentang “memiliki tempat yang nyaman dan cocok untuk berkumpul dengan anggota keluarga/rekan kerja”, sebagian besar responden menjawab setuju 59,1%. Artinya konsumen selalu menginginkan tempat yang menarik dan juga tempat yang nyaman dan cocok untuk berkumpul. Maka dengan telah tersedianya jenis-jenis meja kursi 2, 4 dan lesehan di *indoor*, *owner* dapat menambahkan tempat lesehan di *outdoor* dengan jumlah maksimal kapasitas lebih dari 10 (sepuluh) orang serta menyediakan *wifi* serta *live music* agar menambah kenyamanan konsumen.
4. Bagi peneliti yang akan meneliti Ayam Gerek K39 cabang Cikampek dengan hasil nilai koefisien determinasi R^2 sebesar 0.687 atau 68,7%

dan sisanya 0,313 atau 31,3% dipengaruhi oleh faktor-faktor selain model yang diteliti oleh para ilmuwan. Disarankan agar peneliti masa depan mengadopsi model yang menggabungkan variabel seperti "Citra Merek", "Kualitas Layanan", dan "7p".

