

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **1.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa :

1. Hasil analisis deskriptif memberikan gambaran rata-rata skor untuk kategori persepsi variabel kualitas produk adalah 72,3%, harga adalah 84,7%, promosi adalah 70,06%, serta keputusan pembelian adalah 83% pada Restoran Suka Ramai adalah baik.
2. Hasil uji t variabel kualitas produk adalah sebesar 0,001, harga adalah sebesar 0,000, promosi 0,015 yang berarti secara parsial berpengaruh signifikan keputusan pembelian pada Restoran Suka Ramai.
3. Hasil uji F variabel kualitas produk, harga dan promosi adalah sebesar 0,000 yang artinya secara simultan berpengaruh signifikan keputusan pembelian Restoran Suka Ramai.
4. Hasil koefisien determinasi dalam penelitian ini adalah 47,30% keputusan pembelian pada Restarants Suka Ramai Kota Kupang yang merupakan kontribusi dari 3 (dua) variabel bebas yaitu kualitas produk, harga dan promosi sedangkan sisanya 32,70% merupakan pengaruh dari faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

#### **1.2 Saran**

Berdasarkan hasil analisis penelitian, hasil pembahasan, dan kesimpulan, maka saran yang dapat diberikan, yaitu :

1. Restorant Suka Ramai Kupang dalam meningkatkan pertumbuhan penjualan produk, hendaknya memperhatikan pentingnya peran Kualitas Produk, Harga, dan Promosi

dengan mengfokus pada analisa masing-masing indikatornya agar mempermudah menentukan strategi pemasaran di masayang akan datang, melalui penawaran variasi menu makanan yang disediakan.. Hal ini pula memacu para konsumen untuk menentukan keputusan pembelian produk.

2. Bagi para-peneliti selanjutnya,yang ingin mengadakan penelitian yang sama, agar dapat mengembangkan hasil penelitian ini dengan jumlah variabel yang lebih banyak lagi, sehingga dapat diketahui alasan lebih mendalam atas pilihan mereka dalam pengambilan keputusan konsumen pada Restoran Suka Ramai Kupang.