



## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan metode regresi linier berganda dan dari hasil pembahasan yang telah dikemukakan, maka dapat disimpulkan:

- a. Produk ( $X_1$ ) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Mie Pangsit Jakarta Pak No Produk yang dijual sesuai dengan harapan konsumen, yaitu dari kualitas produknya, pilihan menu, penyajian mie yang bersih dan rapi, pendukung produk, dan merek mie yang sudah dikenal konsumen.
- b. Harga ( $X_2$ ) tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Mie Pangsit Pak No karena responden tidak melihat dari segi harga dalam memutuskan pembelian, responden beranggapan harga jual yang ditetapkan Mie Pangsit Pak No sama dengan mie pangsit pada umumnya. Responden hanya melihat dari produk yaitu, kualitas produknya, pilihan menu, penyajian mie yang bersih dan rapi, pendukung produk, dan merek mie yang sudah dikenal konsumen. Serta dengan melihat kualitas pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan konsumen yaitu, karyawan memberikan pelayanan yang sesuai dengan yang dibutuhkan konsumen, karyawan cepat dalam memberikan pelayanan, karyawan sopan dalam memberikan

pelayanan, karyawan peduli dengan pelanggan, dan karyawan menjaga kebersihan area kerja.

- c. Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_3$ ) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian makanan pada Mie Pangsit Pak No karena kualitas pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan konsumen yaitu, karyawan memberikan pelayanan yang sesuai dengan yang dibutuhkan konsumen, karyawan cepat dalam memberikan pelayanan, karyawan sopan dalam memberikan pelayanan, karyawan peduli dengan pelanggan, dan karyawan menjaga kebersihan area kerja.

## 5.2 Saran

Berdasarkan simpulan yang telah dikemukakan, maka diberikan beberapa saran untuk menarik minat masyarakat dalam membeli makanan pada Mie Pangsit Pak No. Adapun saran-saran yang diberikan, yaitu sebagai berikut:

1. Produk merupakan variabel yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, maka sebaiknya Mie Pangsit Pak No bisa meningkatkan produk yang dijual dengan memberikan variasi menu paketan, sehingga makin menarik konsumen untuk membeli.
2. Harga jual yang diberikan oleh Mie Pangsit Pak No dipertahankan, dengan tetap mempertahankan harga jual yang murah, harga yang terjangkau, harga bersaing, harga sesuai dengan rasa yang diberikan, dan sesuai dengan porsi mie yang dijual dan mie pangsit Pak No juga bekerja sama dengan alat pembayaran non tunai agar pembeli dapat menikmati fasilitas *Cashback* dari penyedia alat pembayaran.



3. Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, maka sebaiknya Mie Pangsit Pak No bisa meningkatkan kualitas pelayanan yang lebih baik dengan lebih menjaga kebersihan area kerja karyawannya serta meningkatkan kecepatan dalam pelayanannya.



## DAFTAR PUSTAKA

- Boediono, Meilina, Sonata Christian, Dewi Mustikasari Immanuel. 2018. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sealantwax. *Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*. Volume 3. Nomor 1. April 2018
- Daryanto. 2011. *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Bandung: PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera
- Ferdinand, Augusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas Diponegoro. Semarang
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Hardiansyah .2011. *Kualitas Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Gava Media.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Erlangga
- \_\_\_\_\_, 2014, *Principles of Marketing*, 12th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran Jakarta : Erlangga.
- \_\_\_\_\_, 2016. *Prinsip - Prinsip Pemasaran*. Edisi13. Jilid 1. Jakarta:Erlangga
- Kotler, Philip dan Kevin L. Keller, 2016. *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education,Inc.
- Kurniasari, Nova Dhita. 2013. Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen Waroeng Steak & Shake Cabang Jl. Sriwijaya 11 Semarang). *Skripsi*.Fakultas Ekonomika dan Bisnis. Semarang. Universitas Diponegoro.
- Kusumah, Ridwan Zia. 2011. Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadapkeputusan Pembelian Pada Restoran Waroeng Taman Singosari Di Semarang. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi. Semarang. Universitas Diponegoro.
- Lovelock, Christopher, Jochen Wirtz, dan Jacky Mussry (2010). *Pemasaran Jasa – Perspektif Indonesia Jilid 1*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Magda, Kardita. 2017. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada El's Coffee Kartini Bandar Lampung). *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Bandar Lampung. Universitas Lampung





- Permatasari, Elien Nira. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pelanggan Minimarket (Studi Kasus Pada Pelanggan Minimarket Alfamart Tayu Wetan, Tayu, Pati, Jawa Tengah). *Skripsi*. Fakultas Ekonomi. Yogyakarta. Universitas Negeri Yogyakarta
- Priyatno, Duwi. 2012. *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Puguh, Suharso. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Bisnis. (Pendekatan Filosofi dan Praktis)*. Jakarta: PT. Indeks.
- Raharjo, Kornawan dan Suryono Budi Santosa. 2015. Analisis Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di T.B Rajawali Kalicilik, Demak (Studi Pada Toko Bangunan Rajawali Kalicilik, Demak). *Diponegoro Journal Of Management*. Volume 4 No. 4
- Sopian, Anggi Maulana. 2017. Pengaruh Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Kedai Kopi Euy Kota Bandung). *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Bandung. Universitas Pasundan
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Alfabeta. Bandung.
- \_\_\_\_\_. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. 2018 *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Sukmawati, Rina. 2017. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen *Garden Cafe* Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi. Yogyakarta. Universitas Negeri Yogyakarta
- Suliyanto. 2011. “*Ekonometrika Terapan: Teori Dan Aplikasi Dengan SPSS*”.Edisi 1. Yogyakarta: ANDI Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy. 2014, *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta
- \_\_\_\_\_. 2014, *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayu Media.
- Zulaicha, Santri dan Rusda 2016. Pengaruh Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Morning Bakery Batam. *Jurnal Inovasi dan Bisnis*. Politeknik Negeri Batam. Vol. 4, No. 2 Desember 2016.
- <https://www.bps.go.id/publication/download.html?nrbfefe=ZjM2YTEwN2UwMjcjZDZhY2ZhOWZjMjk1&xzmn=aHR0cHM6Ly93d3cuYnBzLmdvLmlkL3B1YmxpY2F0aW9uLzlwMTkvMDMvMjcvZjM2YTEwN2UwMjcjZ>