

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada Bab 1V mengenai harga, kualitas makanan, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Restoran Ayam Bakar Primarasa Cabang Kusuma Bangsa Surabaya, maka kesimpulan yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa Variabel Harga (X1) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Restoran Ayam Bakar Primarasa Cabang Kusuma Bangsa karena harga menu makanan dan minuman di Restoran Ayam Bakar Primarasa Cabang Kusuma Bangsa Surabaya kurang bersaing dengan harga menu restoran lainnya. Artinya responden tidak setuju kalau dikatakan bahwa harga bersaing, karena pada dasarnya responden tidak terpengaruh apakah harga bersaing atau tidak.

2. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa Variabel Kualitas Makanan (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Restoran Ayam Bakar Primarasa Cabang Kusuma Bangsa Surabaya hal ini berarti bahwa konsumen melakukan pembelian karena di Restoran Ayam Bakar Primarasa Cabang Kusuma Bangsa Surabaya karena aroma makanannya sangat menggugah selera, semua rasa menu makanannya sangat nikmat dilidah, tampilan atau penyajian makanan minuman sangat menarik dan porsi makanan yang disajikan sesuai dengan harapan konsumen





3. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa Variabel Kualitas Pelayanan (X3) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Restoran Ayam Bakar Primarasa Cabang Kusuma Bangsa Surabaya hal ini berarti bahwa konsumen melakukan pembelian karena di Restoran Ayam Bakar Primarasa Cabang Kusuma Bangsa Surabaya memberikan jaminan kepada konsumen apabila ada makanan yang gosong atau bentuknya tidak bagus dengan mengganti makanan yang baru, melayani tamu dengan ramah, pelayannya tepat waktu dan responnya cepat saat menerima keluhan dari konsumen.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan dalam penelitian ini, beberapa saran yang dapat diberikan oleh peneliti adalah:

- a. Restoran Ayam Bakar Primarasa diharapkan dapat mempertahankan rasa menu makanan dan minuman yang menggugah selera dan terus menciptakan menu yang bervariasi
- b. Restoran Ayam Bakar Primarasa diharapkan dapat meningkatkan pelayanan dengan memberikan pelatihan kepada *staff* atau karyawan dalam setiap sebulan sekali agar kualitas pelayannya terjaga dan mengadakan *breafing* atau arahan sebelum memulai jam kerja kepada karyawan agar kinerja dan kemampuannya dapat memberikan kepuasan kepada konsumen
- c. Untuk peneliti berikutnya:



- a) Peneliti selanjutnya dapat menggunakan penelitian ini sebagai pembandingan atau referensi dan dapat menggunakan sebagai bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya
- b) Peneliti selanjutnya diharapkan untuk tidak menggunakan semua variabel yang sama dengan penelitian ini. Variabel yang direkomendasikan adalah Kualitas Produk, Lokasi dan Citra Merek.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma ,S., (2018). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian *Handphone* Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan Unsam* , 6 (1), 660-669
- Buda, A., Adamczak, J., Chełmińska, P., Juskiewicz, J., & Kowalczewski, P.(2019). *Quality and nutritional/textural properties of durum wheat pasta enriched with cricket powder*. *Foods*, 8(2), 46
- Faroh, W. N., 2017. Analisa Pengaruh Harga, Promosi, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang*, Vol 4, No 2. April 2017.
- Hendrian 2019. *Metode Penelitian Manajemen*. Universitas Diponegoro, Semarang
- Gani,I dan S. Amalia . 2018. *Alat dan Analisis Data: Aplikasi Statistik Untuk Penelitian*
- Ghozali ,I.,(2018). *Aplikasi Analisis Multi variate dengan Program IBM SPSS 25*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Hardiyansyah. 2018. *Kualitas Pelayanan Publik: Konsep, Dimensi, Indikator dan Implementasinya*. Gava Media, Yogyakarta
- Hermawan, A. dan H. L. Yusran. 2017. *Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif*. Penerbit Kencana, Jakarta
- Hermawan, Fajar Tri (2020) *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Indah Bekasi*, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta.
- Hardanni H, Fardani RA, Utami EF (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu.
- Harjadi Dikdik (2021). Experiental Marketing dan Kualitas Produk dalam \kepuasan pelanggan. *Jurnal Bisnis Manajemen*
- Indrasari, Meithiana. 2019. *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press, Surabaya
-  Karisma Ima (2019). Pengaruh Kualitas Makanan, Pelayanan, Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Pada Jagung Nyumi Surabaya. *Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam*. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
- Kartikasari Dwi (2017). Pekaruh Kualitas Layananterhadap kepuasan dan kepercayaan di Rumah Sakit Bunda Surabaya
- Kotler, P. dan Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing* (17th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall
- Namin, A. (2017). *Revisting Customers Perception of Service Quality in Fast Food Restaurants*. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 34, 70-81.
- Pesch, M., Calhoun, R., Schneider, K., dan Bristow, D. (2008). *The student orientation of a*

college of business: An empirical look from the students' perspective. The marketing management Journal, 18(1), 100-108.

Kotler Philip (2017) *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kedua Belas “. Jilid Satu. Jakarta : Erlangga

Namin, A. (2017). Revisiting customers perception of service quality in fast food restaurants. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 34(1), 70–81.

Nasution, A. E., dan M. T. Lesmana., 2018. Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus pada Alfamart di Kota Medan). *Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan, Sumatera Utara. Prosiding Seminar Nasional Vokasi Indonesia*, Volume 1, e-ISSN 2656493.

Nasoha, M. (2017) Pengaruh Partisipasi Pengguna Terhadap Kesuksesan Suatu Sistem Informasi. *Journal Organisasi dan Manajemen*

Pulungan Asrina, (2021) . Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Marketplace Shoppe*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpun.

Pramudya Andika (2019) Analisis Pengaruh Kualitas Produk , Persepsi Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas di Ponegoro Semarang

Rena Marda (2021). Pengaruh Kualitas Makanan dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Warung Lepat Bugi Asli Daun Pisang di Danau Bingkuang Kabupaten Kampar. *Manajemen, Fakultas Ekonomi. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru*.

Renwarin, Rufina (2019). Pengaruh Harga, Kepercayaan, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas di Yuanmas *Thrift Store* Surabaya. *Manajemen, Fakultas Ekonomi. Universitas Katolik Darma Cendika*

Rahman Hanifah S., Rohaeni, H., dan Wijaya Kesuma Dewi, S. (2020). Pengaruh *Price Discount dan Bonus Pack* Terhadap *Purchase Intention*. *Jurnal Sains Manajemen*, 2(1), 24-36. <https://doi.org/10.51977/sainsm.v2i1.185>

Rosidi, Angga Purnama (2018). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Seragam Purnama Lanvin. *Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi PGRI Dewantara Jombang*.

Sari (2017) . Pengaruh Kualitas Makanan, Pelayanan, Harga dan suasana Restoran terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Universitas Siliwangi*

Sudjatmika, F. V., 2017. Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan, dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Tokopedia Com. Program Manajemen Bisnis, *Program Studi Manajemen, Universitas Kristen Petra. AGORA*, Vol. 5, No. 1, (2017).



Sugiarsih Duki Saputri, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Grab Semarang. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 10(1), 46-53

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R dan D*. Alfabeta, Bandung

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV Alfabeta.

Shiffman dan Kanuk, (2019) Pengaruh Motivasi, Persepsi dan Sikap Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk *Mobile Computing Acer* pada Mahasiswa Fakultas Pariwisata Universitas Pelita Harapan di Karawaci

Sumarso (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*

Sutrisnawati Ni Made (2019). Pengaruh Kualitas Makanan, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Warung Makan Midori di Kabupaten Bangli.

Tjiptono, F., (2019). *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Andi Offset, Yogyakarta.

Tjiptono, F., 2017. *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Andi Offset, Yogyakarta.

Yayan (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Hapi *Fashions Branded* Cikarang Pusat Bekasi. Manajemen, Fakultas Ekonomi Bisnis dan Ilmu Sosial. Universitas Pelita Bangsa.

Yusuf (2021) Pengaruh Kualitas Makanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Steak Jongkok Karawang. *Universitas Singaperbangsa*

