

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dimana penulis menganalisis terkait Promosi sebagai variabel X1, Kualitas Produk sebagai variabel X2, dan Keputusan Pembelian sebagai variabel Y sehingga penulis menarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Promosi berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian.
2. Kualitas Produk berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian.
3. Promosi dan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap Keputusan Pembelian.

5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil penelitian pada pembahasan yang telah dilakukan mengenai Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Wingstop Jatiasih Bekasi, Penulis menyadari bahwa dalam penelitian ini memiliki kekurangan dan keterbatasan meskipun seperti itu penulis mengharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak terkait, diantaranya:

1. Bagi Wingstop Jatiasih Bekasi
 - a. akibat penelitian ini diharapkan dapat dipergunakan menjadi bahan pertimbangan dan evaluasi tentang motivasi, peluang, proses, permasalahan, serta kinerja promosi yg diterapkan di produk Wingstop Jatiasih Bekasi.

- b. dan penting nya konsisten menjaga kepercayaan pelanggan terhadap produk sebagai akibatnya brand mampu terus berkembang mengikuti arus persaingan antara kompetitor.
 - c. Melakukan seleksi terhadap review yg diberikan pelanggan dikarenakan hal tersebut dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian pelanggan.
 2. Bagi akademis, penelitian ini diperlukan bisa digunakan buat memperkaya pengetahuan dan melengkapi literatur mengenai Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Wingstop Jatiasih Bekasi.
 3. Bagi peneliti selanjutnya, semoga penelitian ini mampu menjadi acuan ataupun referensi bagi penelitian selanjutnya terkait variabel serta objek yg sama