

## BAB V

### Penutup

#### 5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari analisis penelitian dan pembahasan tentang pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap Keputusan pembelian kebab wathanku di pondok gede bekasi

##### 1. Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pempebelian

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis mengenai hubungan kualitas produk terhadap keputusan pembelian, menunjukkan bahwa kualitas produk dinyatakan berpengaruh positif dan signifikan karena nilai sig yaitu sebesar  $0,003 < 0,05$  dan nilai t hitung sebesar  $2,991 > t$  tabel  $1,98217$  sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_1$  diterima, artinya bahwa semakin baik kualitas produk maka semakin tinggi pula keputusan pembelian pada Kebab Wathanku.

##### 2. Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis mengenai hubungan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian, menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dinyatakan berpengaruh positif dan signifikan karena nilai sig sebesar  $0,002 < 0,05$  dan nilai t hitung sebesar  $3,243 > 1,98217$  sehingga dapat disimpulkan  $H_1$  di terima, artinya bahwa semakin baik kualitas pelayanan maka semakin tinggi pula keputusan pembelian pada Kebab Wathanku.

### 3. Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis mengenai hubungan harga terhadap keputusan pembelian, menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan karena nilai sig sebesar  $0,001 < 0,05$  dan nilai t hitung sebesar  $6,770 > 1,98217$  sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_1$  diterima, artinya semakin baik harga maka semakin tinggi pula keputusan pembelian pada Kebab Wathanku.

### 4. Pengaruh seluruh variabel X terhadap variabel Y

Pengujian secara simultan menunjukkan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian Kebab Wathanku di Pondok Gede Bekasi, dengan nilai f hitung  $> f$  tabel yaitu  $46,451 > 2,69$  dengan sig.  $0,001 < 0,05$ . Hal ini mengindikasikan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga memiliki peran yang sangat penting dalam menentukan keputusan pembelian Kebab Wathanku di Pondok Gede Bekasi.

## 5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan penelitian mengenai pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap Keputusan pembelian pada Kebab Wathanku di Pondok Gede Bekasi, peneliti menyampaikan implikasi manajerial sebagai berikut:

#### 1. Bagi Usaha Kebab Wathankku

Penelitian di Kebab Wathanku di Pondok Gede Bekasi menunjukkan bahwa ada hubungan positif antara kualitas produk, kualitas pelayanan,

harga, dan Keputusan pembelian pada Kebab Wathanku. Dalam konteks ini, disarankan agar Kebab Wathanku terus memperkuat hubungannya dengan konsumen upaya mempertahankan kualitas yang tinggi. Dengan meningkatkan kualitas dari variabel X yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga yang baik diharapkan dapat memperbaiki persepsi konsumen terhadap Kebab Wathanku, memicu penyebaran ulasan positif, dan pada akhirnya menciptakan Tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi. Hal ini dapat mengakibatkan konsumen menjadikan Kebab Wathanku sebagai pilihan yang efektif, sehingga mendorong keputusan pembelian ulang secara berkesinambungan.

## 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Di harapkan, penulis selanjutnya dapat melakukan eksplorasi lebih mendalam terhadap aspek-aspek lain yang terkait dengan kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, dan keputusan pembelian. Hal ini dapat dilakukan dengan mengadopsi metode penelitian yang berbeda dari yang digunakan oleh peneliti saat ini, sehingga dapat memberikan wawasan yang lebih kaya dan mendalam terhadap permasalahan tersebut.

Selain itu, penelitian ini terbatas pada 112 sampel, yang menyulitkan proses pengolahan data. Oleh karena itu, saran diberikan kepada peneliti selanjutnya untuk mempertimbangkan penggunaan sampel responden yang lebih besar agar pengelolaan data dapat dilakukan dengan lebih efisien.

Selanjutnya, peneliti menyarankan agar penelitian berikutnya dapat dilakukan secara lebih mendalam dengan mempertimbangkan penelitian variabel-variabel lain yang tidak dijelajahi dalam penelitian ini. Sebagai contoh, aspek-aspek seperti kepuasan pelanggan, diskon dan loyalitas pelanggan dapat menjadi fokus penelitian yang lebih komprehensif. Ini dapat memberikan pemahaman yang lebih holistik tentang faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian dan dampaknya terhadap keseluruhan pengalaman pelanggan.

### 3. Bagi Universitas

Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dapat memperkaya sumber referensi akademisnya dengan menyertakan penelitian ini sebagai tambahan yang signifikan. Penelitian ini membahas tentang kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, dan dampaknya terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini dapat menjadi sumbangan berharga untuk literatur di universitas tersebut, memberikan kontribusi dalam pemahaman lebih mendalam terkait faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen dalam konteks pembelian produk atau layanan. Integrasi penelitian ini ke dalam perpustakaan universitas dapat memperkaya wawasan mahasiswa, dosen, dan peneliti terhadap dinamika pasar, strategi pemasaran, serta interaksi antara konsumen dan penawaran produk atau layanan.