

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dikemukakan maka dapat disampaikan beberapa kesimpulan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. *Food quality* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan Lamun Ombak di Kota Padang
2. *Service quality* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan Lamun Ombak di Kota Padang

5.2 Implikasi Penelitian

Sesuai dengan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan dapat diajukan implikasi penelitian yang harus diambil oleh Rumah Makan Lamun Ombak sebagai upaya untuk meningkatkan keputusan pembelian.

1. Diharapkan pemilik mampu menunjukkan bahwa *food quality* memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian, oleh karena itu, perlu juga menjaga konsisten rasa, kesegaran bahan makanan dan mempertahankan atau meningkatkan kepuasan pelanggan
2. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, perlu dilakukan pelatihan berkala kepada karyawan tentang etika pelayanan, kecepatan pelayanan, dan keramahan. Dengan demikian, pengalaman makan pelanggan menjadi lebih menyenangkan dan berkesan.

5.3 Keterbatasan dan Saran

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi penelitian yang telah disimpulkan sebelumnya, maka berikut ini dapat dikemukakan saran dan keterbatasan dalam penelitian ini:

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada Konsumen Rumah Makan Lamun Ombak di Kota Padang, sehingga hasil penelitian ini belum dapat berlaku sama pada konsumen daerah lainnya. Dengan demikian disarankan bagi penelitian yang akan datang dapat mengujikan model penelitian variabel-variabel lainnya.
2. Penelitian ini hanya menggunakan tiga variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu *fooq quality*, *service qauality* dan harga sehingga variabel-variabel lain yang berpotensi mempengaruhi keputusan pembelian seperti citra merek, *word of mouth* dan loyalitas. Dengan demikian, bagi peniliti yang akan datang hendaknya menambahkan variabel-variabel lainnya tersebut kedalam peniitiannya.
3. Penelitian ini hanya menggunakan sebanyak 120 orang responden. Dengan demikian, disarankan bagi peniliti yang akan datang agar menggunakan jumlah responden yang lebih banyak lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Penerbit. Alfabeta Bandung
- Ananta, A. V. R., & Hariasih, M. (2024). Pengaruh Food Quality, Service Quality, Dan Customer Satisfaction Terhadap Keputusan Pembelian Di Restaurant Mi Gacoan Mojokerto. *Innovative Technologica: Methodical Research Journal*, 2(2), 14. <https://doi.org/10.47134/Innovative.V2i2.28>
- Ardista, R., & Wulandari, A. (2020). Analisis Pengaruh Harga, Lokasi Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Dan Akutansi Volume*, 15, 1-13.
- Arif Rahman. (2010). *Strategi Dahsyat Marketing Mix For Small Business (1st Ed.)*. Penerbit Agromedia Pustaka.
- Arikunto, A. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. PT. Rineka Cipta.
- Fandy Tjiptono. (2011). Strategi Pemasaran. In *Makalah Ilmiah Ekonomika* (Vol. 14, Issue 3).
- Fardiman, M., & Ernawati, S. (2020). Pengaruh Food Quality Terhadap Keputusan Pembelian Ayam Geprek Mba Ida Jl. Datuk Di Banta Kota Bima. *Jurnal Brand*, 2(2), 154–161.
- Febriyanti, N. F. (2019). Perilaku Konsumen. In *Penerbit*.
- Gracia, B. A., Dipayanti, K., & Nufzatutsaniah, N. (2024). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 7(3), 275–292. <https://doi.org/10.32493/Jpkpk.V7i3.41049>
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2(1), 69–72. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/Productivity/article/view/32911>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective (7th Ed.)*. New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller, 2008. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip And Amstrong Gary. (2017). *Marketing An Introduction 13th Edition*, Pearson, Global Edition United Kingdom.

- Kusuma, T. M., & Hermawan, D. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Social Influence Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Online Food Delivery Service. *Jurnal Ekonomi & Manajemen Universitas Bina Sarana Informatika*, 18(2), 176–180.
- Lestari, W. S., & Yusuf, A. (2019). Pengaruh Kualitas Makanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Steak Jongkok Karawang. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 5(2), 94–101. <https://doi.org/10.37058/Jem.V5i2.964>
- Lisa, M., Marlizar, & Pristiwa, N. (2023). Pengaruh Food Quality, Harga Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Kue Bhoi Makanan Khas Aceh (Studi Kasus Kue Bhoi Uci Mita Di Sibreh, Kecamatan, Sukamakmur Kabupaten Aceh Besar). *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(6), 2852–2870. <https://doi.org/10.35870/Jemsi.V9i6.1588>
- Manado, P. N., & Politeknik, J. R. (2023). *Publik Pada Pengadilan Tata Usaha Negara Manado*. 5(April), 79–92.
- Manoy, T. I., Mananeke, L., & Jorie, R. J. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada CV. Ake Maumbi. *Jurnal EMBA*, 9(4), 314–323.
- Manoy, T. I., Mananeke, L., & Jorie, R. J. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap keputusan Pembelian Pada Cv. Ake Maumbi. *J.J. Rotinsulu 314 Jurnal EMBA*, 9(4), 314–323.
- Meliana, M., Sulistiono, S., & Setiawan, B. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 1(3), 247–254. <https://doi.org/10.37641/Jimkes.V1i3.273>
- MUKTI, A., & Aprianti, K. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Kirani Coffee. *Jurnal Bina Manajemen*, 10(1), 229–246. <https://doi.org/10.52859/Jbm.V10i1.163>
- Mustika Sari, R., & Prihartono. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi)*, 5(3), 1171–1184.
- Muzaki, M., Nyoman Putu Martini, N., Susbiyani, A., & Qomariah, N. (2023). Pengaruh Kualitas Dan Inovasi Pelayanan Terhadap Kepercayaan Masyarakat Melalui Kepuasan Masyarakat Sebagai Variabel Intervening Pada Dinas Kependudukan Dan Pencatatan Sipil Kabupaten Banyuwangi. *Relasi : Jurnal Ekonomi*, 19(2), 247–267. <https://doi.org/10.31967/Relasi.V19i2.856>
- Nurhadi, & Azis, A. (2018). The Influence Of Service Quality On Trust And

Loyalty Of Consumers. *Economia*, 14, 89–98.

- Pada, S., Aplikasi, P., & Di, T. (2022). *Pengaruh Kepercayaan , E-Service Quality , Dan Information Quality Terhadap Keputusan Pembelian Online*. 2(3), 541–551.
- Paramita, L. F., & Wahyuni, D. U. (2019). Pengaruh Service Quality Dan Price Terhadap Repurchase Intention Yang Dimediasi Customer Satisfaction (Studi Kasus Pada Konsumen Superindo Cabang Meyjen HR Muhammad Surabaya). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 13(5), 1–18.
- Promosi, P., Harga, P., Sikap, D. A. N., Arista, P. T., Abadi, S., & Pinang, T. (2020). *Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Suzuki Di*. 3(1), 1–13.
- Rahmawati, R., & Subadi, W. (2020). Kualitas Pelayanan Masyarakat Dilihat Dari Aspek Tangible (Berwujud) Dalam Rangka Meningkatkan Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) Desa Muara Langon Kecamatan Muara Komam Kabupaten Paser. *Japb*, 3(2), 1042–1056.
- Riyadin. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat Keluarga Berencana Di Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung (Studi Kasus Pada Desa Pekalongan). *Jurnal Simplex*, 2(1), 41–50.
- Sari, S. P. (2020). *Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen*. 8(1), 147–155.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: CV AFABETA.