

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, maka hipotesis yang menyatakan bahwa harga makanan dan minuman cepat saji mempengaruhi keputusan pembelian di KFC Kedaton Bandar Lampung dapat diterima. Pernyataan ini didukung oleh hasil penelitian yang menyatakan terdapat pengaruh yang positif antara harga produk makanan dan minuman cepat saji terhadap keputusan pembelian di KFC Kedaton Bandar Lampung.

Kesimpulan tersebut berdasarkan :

- Hasil uji koefisien determinasi sebesar *adjusted R square* sebesar 0,760 hal ini berarti sumbangan variabel X (harga) berperan dalam mempengaruhi setiap variabel Y (keputusan pembelian) sebesar 76%. Hal ini berarti harga produk makanan dan minuman cepat saji merupakan salah satu instrumen yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di KFC Kedaton Bandar Lampung. Sedangkan 24% pengaruh terhadap keputusan pembelian

diasumsikan dipengaruhi oleh variabel lainnya, di antaranya adalah produk, tempat/lokasi, promosi, bukti fisik, proses dan sumber daya manusia.

- Berdasarkan nilai koefisien regresi variabel yang berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk KFC Kedaton Bandar Lampung dengan nilai tertinggi adalah variabel Kesesuaian Kualitas (X3) dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,316. Sedangkan variabel yang berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk KFC Kedaton Bandar Lampung dengan nilai terendah adalah variabel kesesuaian manfaat (X4) berpengaruh positif dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,218.
- Hasil pengujian hipotesis secara menyeluruh dengan hasil F hitung lebih besar dibandingkan nilai F tabel ($79,568 > 2,47$) maka H_a diterima dan H_0 ditolak dengan nilai signifikansi di bawah $5\% = 0,05$. Berdasarkan hasil perhitungan tersebut maka secara keseluruhan variabel harga (X) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y) di KFC Kedaton Bandar Lampung.
- Hasil uji hipotesis secara parsial menyatakan bahwa nilai T hitung pada variabel keterjangkauan harga (X1), daya saing harga (X2), kesesuaian kualitas (X3), dan kesesuaian manfaat (X4) lebih besar daripada T tabel dengan nilai 1,98525. Secara parsial variabel kesesuaian kualitas (X3) pada produk makanan dan minuman cepat saji KFC Kedaton merupakan faktor tertinggi yang mempengaruhi variabel keputusan pembelian konsumen (Y).

Berdasarkan uraian tersebut maka dapat peneliti mengambil kesimpulan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, ada beberapa hal yang dapat dilakukan KFC Kedaton untuk meningkatkan volume penjualannya, antara lain :

1. KFC Kedaton dalam menyediakan produk-produknya sebaiknya mempertahankan kinerja variabel kesesuaian kualitas (X3), karena memiliki nilai pengaruh positif terbesar terhadap keputusan pembelian sebesar 0,316. Dalam usaha meningkatkan keputusan pembelian, KFC Kedaton sebaiknya meningkatkan kinerja pada harga produk yang dibayarkan sebanding dengan ukuran produk yang diharapkan konsumen, karena masih terdapat banyak persepsi konsumen yang menyatakan ragu-ragu, tidak setuju dan sangat tidak setuju pada indikator tersebut. Hal yang dapat dilakukan oleh KFC Kedaton di antaranya dengan memperbesar porsi makanan dan minuman yang disajikan, misalnya dengan memperbesar porsi ukuran ayam goreng, kentang goreng, minuman ringan dan menu lain yang disajikan di KFC Kedaton Bandar Lampung.
2. KFC Kedaton dalam menyediakan produk-produknya sebaiknya mempertahankan kinerja variabel keterjangkauan harga (X1), karena memiliki nilai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian sebesar 0,231. Dalam usaha meningkatkan keputusan pembelian, KFC Kedaton

sebaiknya meningkatkan kinerja pada indikator harga produk KFC Kedaton terjangkau oleh semua kalangan masyarakat, karena masih terdapat banyak persepsi konsumen yang menyatakan ragu-ragu, tidak setuju dan sangat tidak setuju pada indikator tersebut. Hal yang dapat dilakukan oleh KFC Kedaton di antaranya dengan menyajikan produk dengan harga yang terjangkau bagi semua kalangan masyarakat, misalnya hal yang dapat dilakukan adalah menambahkan pilihan menu pada produk Menu Goceng. Sehingga konsumen dari kalangan menengah ke bawah memiliki pilihan menu yang lebih banyak dan dapat meningkatkan keputusan pembelian di KFC Kedaton Bandar Lampung.