

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian dan pembahasan ini mengenai Kualitas Makanan dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian J.CO Donut's di Trans Studio Mall Bandung adalah sebagai berikut:

1. Nilai signifikansi pada kualitas makanan dan citra merek yang diperoleh dari analisis regresi sebesar 0.000, yang berarti H_0 ditolak karena nilai signifikansi dari faktor persepsi nilainya ≤ 0.01 sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas makanan dan citra merek berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian J.CO Donuts di Trans Studio Mall Bandung.
2. Nilai signifikansi pada kualitas makanan terhadap keputusan pembelian yang diperoleh dari analisis regresi sebesar 0.498, yang berarti H_0 ditolak karena nilai signifikansi dari faktor persepsi nilainya ≤ 0.01 sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas makanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian J.CO Donuts di Trans Studio Mall Bandung.
3. Nilai signifikansi pada citra merek terhadap keputusan pembelian yang diperoleh dari analisis regresi sebesar 0.000, yang berarti H_0 ditolak karena nilai signifikansi dari faktor persepsi nilainya ≤ 0.01 sehingga dapat disimpulkan

bahwa kualitas citra merek berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian J.CO Donuts di Trans Studio Mall Bandung.

4. Besarnya pengaruh kualitas makanan dan citra merek terhadap keputusan pembelian J.CO Donuts adalah sebesar 39.6%. sedangkan sisanya sebesar 60.4% dipengaruhi faktor lain.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, penulis dapat memberikan masukan kepada J.CO Donuts di Trans Studio Mall Bandung, yaitu:

1. Peneliti selanjutnya sebaiknya menggunakan variabel yang lebih beragam untuk menguji keputusan pembelian seperti kualitas produk dan *store atmosphere*.
2. Peneliti selanjutnya disarankan meneliti konsumen secara lebih mendalam misalnya dengan wawancara, agar informasi yang didapat akan lebih akurat.
3. Perusahaan perlu memperhatikan dan memperbaiki kualitas makanan agar konsumen merasa sangat puas, dengan cara melakukan pembelian berulang.
4. Perusahaan sebaiknya fokus pada citra merek yang telah diberikan karena citra merek secara positif berpengaruh baik terhadap keputusan pembelian.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini masih mempunyai keterbatasan-keterbatasan. Adanya keterbatasan ini, diharapkan dapat dilakukan perbaikan untuk penelitian yang akan datang. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini dilakukan dengan metode *survey* menggunakan kuesioner saja yang semestinya penelitian bisa juga dilakukan dengan wawancara.
2. Sampel yang digunakan adalah orang-orang di sekitar lingkungan Universitas Kristen Maranatha dan pelanggan J.CO di Trans Studio Mall.