**BAB V**

**KESIMPULAN DAN SARAN**

1. **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis data dan penelitian yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Brand image* produk restoran shaburi berpengaruh positif terhadap *purchase decision* restoran shaburi di Mall Kelapa Gading Jakarta Utara yang atau dengan kata lain citra merek berperan penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap produk restoran shaburi.
2. *Perceived quality* produk restoran shaburi berpengaruh positif terhadap *purchase decision* restoran shaburi di Mall Kelapa Gading Jakarta Utara atau dengan kata lain persepsi kualitas berperan penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap produk restoran shaburi
3. **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, maka penulis dapat menyatakan hal – hal sebagai berikut dengan harapan dapat memberikan manfaat dan masukan bagi pihak – pihak terkait:

1. Bagi Restoran Shaburi

Berdasarkan hasil penelitian ini, diketahui bahwa *brand image* dan *perceived quality* berpengaruh positif terhadap *purchase decision*. Oleh karena itu diharapkan Restoran Shaburi dapat terus mempertahankan kualitas produk yang ada, dengan adanya *quality control* kualitas produk yang diberikan kepada konsumen dapat terjaga dengan baik. Hal tersebut dapat mempertahankan serta meningkatkan kepuasan konsumen. Restoran Shaburi terkenal dengan cita rasa khas masakan shabu-shabu, dengan adanya konsistensi kualitas produk yang diberikan maka konsumen akan memberikan citra merek yang baik.

1. Bagi Penelitian Selanjutnya

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini hanya terbatas pada *purchase decision*, *brand image*, dan *perceived quality*. Pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel seperti *brand association* atau *brand trust* untuk mengetahui bagaimana persepsi asosiasi merek dan tingkat kepercayaan konsumen mengenai restoran Shaburi agar dapat menghasilkan penelitian yang lebih baik lagi.