



BAB V

SIMPULAN DAN SARAN



A. Simpulan

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian konsumen KFC di Jakarta. Berdasarkan dari hasil analisis yang telah dilakukan dan diuraikan pada bab empat dengan menggunakan berbagai instrumen pengujian, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sesuai dengan persoalan pada hipotesis yaitu:

1. Kualitas produk terbukti memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat diartikan bahwa keputusan pembelian konsumen KFC terjadi apabila kualitas produk dari KFC meningkat.
2. Kualitas layanan terbukti memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat diartikan bahwa peningkatan keputusan pembelian konsumen KFC terjadi apabila kualitas layanan pada KFC meningkat.

B. Saran

Berikut ini adalah saran yang dapat diberikan kepada beberapa pihak terkait:

1. Bagi Perusahaan

- a. KFC dapat meningkatkan kualitas produknya dengan memberikan penawaran produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen di Indonesia. KFC dapat melakukan *product testing* untuk menguji seberapa besar kesukaan konsumen terhadap produk baru yang akan diluncurkan maupun produk lama yang mengalami perbaikan dalam hal rasa.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

b. KFC dapat meningkatkan pelayanan yang diberikan dengan melakukan training atau pelatihan lanjutan kepada karyawan atau pelayan di gerai KFC untuk memberikan layanan yang lebih prima. Selain itu, KFC juga dapat mempercepat proses menyiapkan produk hingga sampai ke tangan konsumen. Dengan layanan yang cepat tanggap, maka membuat konsumen tertarik untuk membeli makanan dan minuman di KFC.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Diharapkan agar peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian di daerah atau wilayah yang berbeda agar hasil penelitian yang diperoleh dapat dibandingkan dengan penelitian ini atau penelitian sebelumnya yang telah dilakukan.
- b. Diharapkan agar peneliti selanjutnya memilih objek penelitian yang fokus terhadap suatu lokasi yang pasti. Misalnya seperti KFC cabang Kelapa Gading.
- c. Diharapkan agar peneliti selanjutnya dapat mengembangkan model penelitian dengan menambahkan variabel penelitian yang memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian, seperti *brand image*, iklan, dan *brand awareness*. Dengan menambahkan variabel penelitian diharapkan dapat memperkaya hasil penelitian.
- d. Diharapkan agar peneliti selanjutnya dapat menambah jumlah responden lebih dari 100 responden agar memperoleh data yang lebih valid.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.