

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian, maka penulis membuat beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada restoran Jittlada Thai Cuisine Cambridge dengan koefisien regresi sebesar 0,256 dengan signifikansi 0,000. Semakin baik Kualitas Produk, maka semakin tinggi keputusan pembelian pada restoran Jittlada Thai Cuisine Cambridge Medan
2. Nilai Emosional berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada restoran Jittlada Thai Cuisine Cambridge dengan koefisien regresi sebesar 0,452 dengan signifikansi 0,000. Semakin baik Nilai Emosional, maka semakin tinggi keputusan pembelian pada restoran Jittlada Thai Cuisine Cambridge Medan
3. Hasil penelitian ini menyatakan pengaruh variabel Kualitas Produk (X_1) dan Nilai Emosional (X_2) dan Keputusan Pembelian ditunjukkan dari hasil analisis regresi ganda $\hat{Y} = 4,862 + 0,256 X_1 + 0,452 X_2 + e.$, artinya jika terjadi peningkatan variabel Kualitas Produk dan Nilai Emosional maka Keputusan Pembelian pada restoran Jittlada Thai Cuisine Cambridge semakin meningkat. Nilai *R square* (R^2) = 0,575 atau 57,5% menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk dan Nilai Emosional mempunyai pengaruh sebesar 57,5% terhadap Keputusan Pembelian pada restoran Jittlada Thai Cuisine Cambridge dan sisanya sebesar 42,5% dijelaskan oleh faktor lain diluar dari analisa variabel dalam penelitian ini.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan, maka penulis mengemukakan beberapa saran sebagai berikut :

1. Pihak restoran Jittlada Thai Cuisine Cambridge diharapkan lebih meningkatkan Kualitas Produk dan Nilai Emosional dan memperhatikan Kualitas Produk masakan dan makanan sesuai dengan kebutuhan masyarakat, misalnya dalam peningkatan Kualitas Produk yaitu dengan melihat apa selera yang diinginkan oleh konsumen dan berusaha menciptakan suatu produk dengan hal-hal yang lebih unik, begitu pula untuk meningkatkan Nilai Emosional dapat dilakukan dengan berbagai cara misalnya dengan memberikan diskon atau sesuatu hal yang bersifat unik sehingga dapat meningkatkan Keputusan Pembelian.
2. Bagi Lembaga UNIMED diharapkan dapat mengadakan studi banding dan seminar bagaimana meningkatkan Keputusan Pembelian di perusahaan dengan mempelajari sistem Kualitas Produk dan Nilai Emosional sehingga memberi kesempatan bagi mahasiswa dalam memasuki dunia kerja yang akan datang.
3. Bagi peneliti selanjutnya agar melakukan penelitian dengan menambah referensi dan variabel yang lain dalam mempengaruhi Keputusan Pembelian di perusahaan.