

BAB V

SIMPULAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh *Food Quality*, *Service Quality*, *Desain Interior*, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Restoran Mie Kiro Kebumen, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Food Quality* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian konsumen di Restoran Mie Kiro Kebumen. Hal ini berarti *Food Quality* mampu memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Semakin baik kualitas makanan yang meliputi cita rasa, penyajian, dan variasi menu, maka semakin tinggi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian di Restoran Mie Kiro Kebumen.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian konsumen di Restoran Mie Kiro Kebumen. Hal ini berarti semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, seperti keramahan, kecepatan, dan ketepatan pelayanan, maka semakin tinggi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian.
3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Desain Interior* tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian konsumen di Restoran Mie Kiro Kebumen. Hal ini berarti *desain interior* belum

menjadi faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian. Konsumen lebih mempertimbangkan kualitas makanan, kualitas pelayanan, dan lokasi dibandingkan *desain interior* restoran.

4. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian konsumen di Restoran Mie Kiro Kebumen. Hal ini berarti semakin strategis lokasi restoran, mudah dijangkau, memiliki visibilitas yang baik, serta didukung area parkir yang memadai, maka semakin tinggi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian.
5. Dari hasil uji simultan (Uji F) menunjukkan bahwa *Food Quality*, *Service Quality*, *Desain Interior*, dan Lokasi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian konsumen di Restoran Mie Kiro Kebumen. Hal ini menunjukkan bahwa kombinasi keempat variabel tersebut mampu memengaruhi keputusan pembelian konsumen.

5.2. Keterbatasan

Penelitian yang telah dilaksanakan memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan sebagai bahan pertimbangan bagi penelitian selanjutnya, yaitu sebagai berikut.

- 1) Penelitian ini hanya dilakukan pada konsumen Restoran Mie Kiro Kebumen sehingga hasil penelitian belum dapat digeneralisasikan pada perusahaan Mie pedas lainnya.

- 2) Variabel yang digunakan dalam penelitian ini hanya meliputi *Food Quality*, *Service Quality*, *Desain Interior* dan Lokasi, sedangkan masih terdapat faktor lain yang dapat memengaruhi keputusan pembelian.

5.3. Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat ditemukan implikasi praktis dan teoritis sebagai berikut:

5.3.1 Implikasi Praktis

Berdasarkan hasil penelitian mengenai keputusan pembelian konsumen, terdapat beberapa implikasi praktis sebagai berikut.

1. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *Food Quality* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Oleh karena itu, Restoran Mie Kiro Kebumen diharapkan tetap menjaga cita rasa makanan, kualitas penyajian, serta terus menghadirkan variasi menu agar mampu meningkatkan keputusan pembelian konsumen.
2. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Oleh karena itu, pihak restoran perlu mempertahankan keramahan, meningkatkan kecepatan pelayanan terutama pada jam sibuk, serta memastikan ketepatan penyajian pesanan sehingga konsumen merasa puas dan terdorong untuk melakukan pembelian kembali.

3. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *Desain Interior* tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Meskipun demikian, pihak restoran tetap disarankan meningkatkan kenyamanan interior, terutama pada aspek sirkulasi udara yang memperoleh penilaian rata-rata paling rendah dibandingkan indikator desain interior lainnya, sehingga pengalaman konsumen saat berada di restoran menjadi lebih nyaman.
4. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Oleh karena itu, pihak restoran perlu mempertahankan kemudahan akses, visibilitas lokasi, serta menjaga area parkir agar tetap nyaman sehingga mampu menarik lebih banyak konsumen.

5.3.2 Implikasi Teoritis

Berdasarkan penelitian mengenai keputusan pembelian, terdapat beberapa hasil penelitian yang memberikan dukungan secara empiris terhadap teori dan penelitian terdahulu, yaitu sebagai berikut.

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Food Quality* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas makanan, maka semakin tinggi keputusan pembelian konsumen. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Riska Dwi Syahrani dkk. (2025) yang

menyatakan bahwa *Food Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang baik mampu meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Ayu Viana Rezeki Ananta dan Misti Hariasih (2023) yang menyatakan bahwa *Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Desain Interior* tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hasil ini menunjukkan bahwa *desain interior* belum menjadi pertimbangan utama konsumen dalam melakukan pembelian di Restoran Mie Kiro Kebumen. Hasil ini berbeda dengan penelitian Isalman dan Rahmad Day Robby (2022) yang menyatakan bahwa *desain interior* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa lokasi yang strategis dan mudah dijangkau mampu meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Hardani dkk. (2024) yang

menyatakan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

