

BAB V

SIMPULAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai kualitas pelayanan, citra merek dan promosi terhadap keputusan pembelian di Restoran Pringsewu Baturraden. Maka penulis menarik kesimpulan:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Restoran di Pringsewu Baturraden artinya hipotesis pertama yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian diterima.
2. Citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Restoran di Pringsewu Baturraden artinya hipotesis kedua yang menyatakan bahwa citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian diterima.
3. Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Restoran di Pringsewu Baturraden artinya hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian diterima.
4. Kualitas Pelayanan, Citra Merek, Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Restoran di Pringsewu Baturraden artinya hipotesis keempat yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan, Citra Merek, Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian diterima.

5.2 Keterbatasan

Penelitian ini diupayakan semaksimal mungkin untuk memperoleh hasil yang terbaik, akan tetapi penulis menyadari masih banyak kekurangan yang disebabkan oleh keterbatasan, diantaranya:

1. Penelitian ini belum mengungkapkan secara keseluruhan faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, terbatas faktor kualitas pelayanan, citra merek, dan promosi.
2. Penelitian ini melibatkan subjek yang terbatas yaitu customer dari Restoran Pringsewu Baturraden dengan sampel 100 responden dari customer restoran.

5.3 Implikasi

Implikasi dirumuskan berdasarkan temuan-temuan penelitian yang memiliki implikasi penting bagi Restoran Pringsewu Baturraden. Implikasi dari penelitian ini antara lain:

5.2.1 Implikasi Praktis

Berdasarkan penelitian pembahasan dan simpulan yang telah diuraikan, maka implikasi praktis yang dikemukakan penulis sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan yang ada pada Restoran Pringsewu Baturraden berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan sehingga diharapkan Restoran Pringsewu Baturraden dapat meningkatkan pelayanannya. Selain itu

memberikan akses kritik dan saran dalam rangka evaluasi dari pelanggan supaya lebih dekat dan lebih mudah memahami keinginan para konsumen sehingga dapat meningkatkan kepuasan yang nantinya diharapkan dapat berdampak positif terhadap terbentuknya loyalitas.

2. Citra Merek yang ada di Pringsewu Baturraden berpengaruh sangat signifikan terhadap keputusan pembelian, hal tersebut perlu sekali di pertahankan karena variabel ini memiliki nilai tertinggi dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Saran yang diberikan kepada Restoran Pringsewu Baturraden selalu mempertahankan kualitas produk, branding yang kuat dan konsisten, kolaborasi dengan komunitas untuk mendapatkan segmentasi pelanggan yang loyal, terus nebranding di *offline* ataupun *online* dan menjadi brand yang selalu *top of mind* di benak masyarakat.
3. Promosi yang ada di Pringsewu Baturraden berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian . Hal tersebut perlu di tingkatkan karena variabel ini menjadi variabel dengan nilai terendah di Restoran Pringsewu Baturraden .Saran yang diberikan kepada Restoran Pringsewu Baturraden, Agar lebih meningkatkan Promosi yang menarik, promosi untuk B2B dan B2C, dan buat promosi yang kreatif dan konsisten, kolaborasi dengan penggiat media dan *influencer* untuk berpromosi, kerjasama dengan *Travel Agency*, buat promo-promo special untuk hari besar.

5.2.2 Implikasi Teoritis

Berdasarkan dari penelitian yang dibahas pada bab sebelumnya, maka penulis menyampaikan beberapa saran sebagai masukan bagi peneliti selanjutnya yaitu:

1. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat mengatasi keterbatasan yang ada pada penelitian ini agar lebih baik.
2. Karena variabel diluar penelitian yang mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 13,5 % maka peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain. Hal ini dimaksudkan agar penelitian selanjutnya bisa lebih baik dan menarik sehingga dapat menggambarkan faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian *conditioner* Pantene.





DAFTAR PUSTAKA

- Aditiya, N. Y., Evani, E. S., & Maghfiroh, S. (2023). Konsep Uji Asumsi Klasik Pada Regresi Linier Berganda. *Jurnal Riset Akuntansi Soedirman*, 2(2), 102–110. <https://doi.org/10.32424/1.jras.2023.2.2.10792>
- Akbar S, R. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Loyalitas Konsumen Go-Jek. *Jurnal STEI Ekonomi*, XX(Xx), 1–24.
- Alfatiha, R. A., & Budiatmo, A. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Du Cafe Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(4), 522–529. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28794>
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep Umum Populasi dan Sampel dalam Penelitian. *Jurnal Pilar*, 14(1), 15–31.
- Arianto, N. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepercayaan. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 21(8), 24–30.
- Arifin, M., & Muharto, A. (2022). Pengaruh Worklife Balance Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Pada PT. Livia Mandiri Sejati Pasuruan). *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 15(1), 37. <https://doi.org/10.26623/jreb.v15i1.3507>
- Atmaja, V. A. W. (2023). Pengaruh Promosi, Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mie NyinyirNganjuk.
- Baihaky, S., Yogatama Ahmad Nizar, & Mustikowati, R. I. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Madu Fresh. *Jurnal Ilmu Sosial*, 1(1), 85.
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model Keputusan Pembelian

Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211–224.

Damayanti Geraldine, A. L., & Anisa, F. (2022). Pengaruh Brand Image, Online Customer Review, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Lazada. *Borobudur Management Review*, 2(2), 132–142.
<https://doi.org/10.31603/bmar.v2i2.6963>

Ega Minata Prayunita. (2022). *Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Restoran Sederhana Kota Teluk Kuantan*. 9.

Farisal Abid, M. M., & Purbawati, D. (2020). Pengaruh E-Security dan E-Service Quality Terhadap E-Repurchase Intention Dengan E-Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Konsumen E-Commerce Lazada di Fisip Undip. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(1), 93–100.
<https://doi.org/10.14710/jiab.2020.26227>

Haudi, Handayani, W., Musnaini, Suyoto, Y. T., Prasetyo, T., Pital-Oka, E., Wijoyo, H., Yonata, H., Koho, I. R., & Cahyono, Y. (2022). The effect of social media marketing on brand trust, brand equity and brand loyalty. *International Journal of Data and Network Science*, 6(3), 961–972.
<https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2022.1.015>

Hidayat, T. (2020). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian rumah makan Koki Jody di Magelang. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2), 95–105.

IZDIHAR, H. F., Arifin, J., & Hilmia, N. (2022). Eksistensi Populasi Sapi Pasundan

Berdasarkan Nilai Tekanan Inbreeding Di Kawasan Geopark Ciletuh-Pelabuhanratu, Kabupaten Sukabumi. *Jurnal Produksi Ternak Terapan (JPPT)*, 2(1), 1. <https://doi.org/10.24198/jppt.v2i1.29038>

Jofanka, T., & Arimbi, B. (2022). Uji Model DeLone dan McLean pada Sistem Informasi Manufaktur di Nawangwulan Craft. *Seminar Nasional Sistem Informasi, 2022(September)*, 3103–3112.

Lidya Hikolo. (2023). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restaurant Tiara di Kota Gorontalo. *JURNAL ILMIAH MANAJEMEN DAN BISNIS P-ISSN 2620-9551 E-ISSN 2622-1616 JAMBURA: Vol 6. No 1. Mei 2023, 6*. <file:///C:/Users/lab/Downloads/19193-48711-1-PB.pdf>

M. Anang Firmansyah. (2019). Buku Pemasaran Produk dan Merek. In *Buku Pemasaran Produk dan Merek* (cetakan pe, Issue August). penerbit Qiara Media.

Primaputra, R. Z., & Sudaryanto, B. (2023). Analisis Pengaruh Citra Merek, Promosi, Kepercayaan Konsumen, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Shopee Food (Kasus Pada Pengguna Layanan Shopee Food Yang Berdomisili Di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 12(1), 1–15.

Putri, R. A., & Edastama, P. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan , Kualitas Produk dan Harga Melalui Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian di Outlet Coffee Shop Pada Generasi Z. *Jurnal Riset Dan Inovasi Manajemen*, 1(4), 165–177. <https://doi.org/10.59581/jrim-widyakarya.v1i4.1457>

- Ramadhan, M. A., Anwar, M. S., & Hasbi, A. R. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Aroma Malaja. *Oikos: Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, VII(2), 365–369.
- Runtunuwu, J., Oroh, S., & Taroreh, R. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Cafe Dan Resto Cabana Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(3), 1803–1813. <https://doi.org/10.35794/emba.v2i3.5973>
- Supriyadi, S., Wiyani, W., & Nugraha, G. I. K. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 4(1), 74–85. <https://doi.org/10.26905/jbm.v4i1.1714>
- Susanto. (2023). *Angka Kunjungan Wisata Banyuwangi Turun 15,96 Prosen, Kepadatan Lalu Lintas Jadi Salah Satu Penyebab*. Swaramerdeka.
- Suwandi, Sularso, A., & Suroso, I. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pos Ekspres Di Kantor Pos Bondowoso Dan Situbondo. *JEAM Vol XIV April 2015*, XIV(April 2015), 68–88.
- Wibowo, D. U., Yulianto, E., & Sunarti. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Kesadaran Merek, Citra Merek Dan Kepuasan Konsumen. *Profit: Jurnal Administrasi Bisnis*, 16(1), 130–137.
- Wisnu Sudrajad. (2017). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian di Koki Joni Pasta and Turkey. *Jurnal Pendidikan Teknik Boga Tahun 2017*, 3, 1–11.

Lampiran 1

LAMPIRAN
KUISIONER PENELITIAN
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA
MEREK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DI RESTORAN PRINGSEWU
BATURRADEN

Pilihlah salah satu jawaban dengan cara memberi tanda (√) pada kolom yang tersedia.

A. Identitas Responden

Apakah anda Pembeli di Pringsewu-Baturraden ?

	Ya	<input type="checkbox"/>	Tidak	<input checked="" type="checkbox"/>
Nama	(boleh diisi, boleh tidak)			
Alamat	:			
Jenis Kelamin	<input type="checkbox"/>	Laki-Laki	<input type="checkbox"/>	Perempuan
Usia	<input type="checkbox"/>	17-25 Tahun	<input type="checkbox"/>	35-43 Tahun
	<input type="checkbox"/>	26-34 Tahun	<input type="checkbox"/>	>44 Tahun
Pekerjaan	<input type="checkbox"/>	Pelajar/Mahasiswa	<input type="checkbox"/>	Wirausaha
	<input type="checkbox"/>	Pegawai Swasta	<input type="checkbox"/>	Ibu Rumah Tangga
	<input type="checkbox"/>	PNS	<input type="checkbox"/>	Lainnya
Penghasilan	<input type="checkbox"/>	< Rp 1.000.000		
	<input type="checkbox"/>	Rp. 1.000.000-Rp. 2.000.000		
	<input type="checkbox"/>	Rp. 2.000.000- Rp. 4.000.000		
	<input type="checkbox"/>	>Rp 4.000.000		

B. Petunjuk Pengisian

Berilah jawaban pada pernyataan berikut ini sesuai dengan pendapat saudaradengan cara tanda (√) pada kolom yang tersedia.

Keterangan :

SS : Sangat Setuju

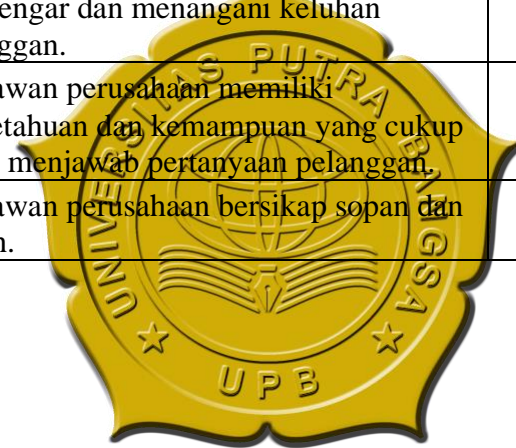
TS : Tidak Setuju

S : Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

1. Kualitas Pelayanan (X1)

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Fasilitas fisik perusahaan (ruangan, peralatan) terlihat bersih dan rapi.				
2	Perusahaan selalu memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan.				
3	Pelayanan yang diberikan perusahaan selalu tepat waktu.				
4	Informasi yang diberikan oleh perusahaan selalu akurat dan dapat dipercaya.				
5	Karyawan perusahaan selalu siap mendengar dan menangani keluhan pelanggan.				
6	Karyawan perusahaan memiliki pengetahuan dan kemampuan yang cukup untuk menjawab pertanyaan pelanggan.				
7	Karyawan perusahaan bersikap sopan dan ramah.				



2. Citra Merek (X2)

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Pringsewu Baturraden merupakan restoran yang terpercaya dan terkenal.				
2	Porsi Pringsewu Baturraden selalu memberikan pelayanan yang terbaik bagi pelanggan.				
3	Menimbulkan kebanggaan tersendiri setelah mencoba produk dari Pringsewu Baturraden .				
4	Pringsewu Baturraden dapat memenuhi <i>prestige</i> pelanggan.				
5	Pringsewu Baturraden memiliki produk yang menarik.				
6	Pringsewu Baturraden memiliki produk yang baik untuk dikonsumsi.				
7	Pringsewu Baturraden memiliki produk yang halal.				

3. Promosi (X3)

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Pesan promosi yang disampaikan Pringsewu Baturraden mudah dipahami.				
2	Pesan promosi yang disampaikan Pringsewu Baturraden menarik perhatian saya.				
3	Pesan promosi Pringsewu Baturraden memberikan informasi yang relevan tentang produk/jasa.				
4	Pringsewu Baturraden menggunakan media promosi yang tepat untuk menjangkau saya.				
5	Media promosi yang digunakan Pringsewu Baturraden memudahkan saya mendapatkan informasi tentang produk/jasa.				
6	Saya sering melihat promosi Pringsewu Baturraden melalui berbagai media (TV, radio, internet, dll).				
7	Program promosi Pringsewu Baturraden dilakukan pada waktu yang tepat.				
8	Durasi promosi Pringsewu Baturraden cukup lama untuk menarik perhatian saya.				

9	Saya merasa waktu pelaksanaan promosi Pringsewu Baturraden sangat sesuai dengan kebutuhan saya.				
10	Pringsewu Baturraden sering mengadakan promosi penjualan.				
11	Saya merasa frekuensi promosi Pringsewu Baturraden sudah cukup.				
12	Promosi yang sering dilakukan Pringsewu Baturraden membuat saya lebih tertarik untuk membeli produk/jasa.				

4. Keputusan Pembelian (Y)

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Saya mengunjungi Pringsewu Baturraden dalam satu bulan				
2	Saya lebih suka makan di Pringsewu Baturraden sendiri atau bersama dengan teman/keluarga				
3	Saya biasanya melakukan reservasi sebelum mengunjungi Pringsewu Baturraden				
4	Saya sering mencoba menu baru di Pringsewu Baturraden				
5	Saya lebih cenderung memesan menu favorit Anda di Pringsewu Baturraden atau mencoba menu baru				
6	Saya merasa bahwa harga di Pringsewu Baturraden sebanding dengan kualitas makanan yang disajikan				