

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan terhadap variabel-variabel dalam penelitian ini, maka dapat diambil beberapa simpulan dan saran sebagai berikut.

5.1. Simpulan

Sesuai dengan uraian-uraian di atas serta hasil analisis dan interpretasi data, maka dapat diambil simpulan sebagai berikut:

1. Secara simultan terdapat pengaruh signifikan antara promosi, harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di *Japanese Souffle Pancake* Bogor.
2. Secara parsial promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di *Japanese Souffle Pancake* Bogor.
3. Secara parsial harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di *Japanese Souffle Pancake* Bogor.
4. Secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di *Japanese Souffle Pancake* Bogor.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka penulis dapat memberikan beberapa saran, sebagai berikut.

1. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel promosi, harga, dan kualitas pelayanan secara parsial maupun simultan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian, disarankan bagi pengelola *Japanese Souffle Pancake* Bogor untuk tetap meningkatkan kegiatan promosi, kebijakan harga, dan kualitas pelayanan guna menjaga pengaruh positif ketiga faktor tersebut dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Selain itu, perlu dilakukan pengoptimalan kegiatan promosi sebagai upaya menarik keputusan pembelian mengingat hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel promosi merupakan variabel

yang dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di *Japanese Souffle Pancake*.

2. Bagi peneliti yang akan datang disarankan melakukan penelitian dengan menambah variabel independen lainnya yang tentunya dapat mempengaruhi variabel dependen keputusan pembelian misalnya kualitas harga, lokasi penjualan, dan lainnya agar lebih bisa melengkapi penelitian ini karena masih banyak variabel independen lain yang bisa mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.