

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan pada bab sebelumnya maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas produk pada Warung Bakso dan Mie Ayam Solo dikategori sangat setuju / sangat baik dengan rata-rata skor yaitu 443. Begitu juga dengan keputusan pembelian dikategorikan sangat setuju / sangat baik dengan rata-rata skor yaitu 444,2. Kualitas produk terhadap keputusan pembelian mempunyai hubungan yang cukup kuat, dengan koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,362 atau 36,2% menyatakan bahwa variable kualitas produk mampu mempengaruhi keputusan pembelian kinsmen sebesar 36,2% sebaliknya 63,8% disebabkan oleh variable lain diluar variable yang diteliti
2. Berdasarkan hasil uji hipotesis maka dapat dikatakan bahawa kualitas produk bakso dan mie ayam berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Warung Bakso dan Mie Ayam Solo Berseri hal ini dibuktikan oleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $7,449 > 1,98447$ ).

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh, maka dapat diajukan saran atau rekomendasi sebagai berikut :

1. Diharapkan pada pemilik usaha baksoagar dapat menindak lanjuti tampilan porsi yang disajikan dan minuman yang disajikan sesuai dengan yang diminati

oleh konsumen sehingga ekspektasi konsumen terhadap produk yang ditawarkan sesuai dengan yang mereka harapkan.

2. Semakin ketatnya persaingan dalam bisnis makanan diharapkan pihak Warung Bakso dan Mie Ayam Solo Berseri untuk selalu mempertahankan konsumen dengan menjaga kualitas produk yang baik dengan pesaing makanan lainnya, sehingga konsumen dapat memenuhi harapannya untuk mendapatkan keputusan pembelian yang baik dan tidak beralih kepada warung bakso dan mie ayam yang sejenis lainnya.
3. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat mencoba variabel lain dalam mengukur keputusan pembelian, karena selain kualitas produk variabel lain juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian, seperti kemasan, harga dan merek, dan lain sebagainya.

