

BAB V

Kesimpulan Dan Saran

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan dari rumusan masalah, hipotesis dan hasil penelitian maka dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh yang positif terhadap penelitian yang berjudul “PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MERK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA RESTORAN CEPAT SAJI MCDONALD’S DI KOTA SEMARANG”. Berdasarkan pada data yang telah dikumpulkan dan pengujian yang telah dilakukan dengan menggunakan metode regresi linier berganda, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil pengujian hipotesis dapat disimpulkan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di McDonald’s. Artinya semakin meningkatnya kualitas produk yang ada di McDonald’s maka keputusan pembelian konsumen akan semakin meningkat. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji kualitas produk (X_1) $0.00 < 0.05$ dan nilai t hitung(X_1) $7.624 > t$ tabel 1.97912 . Dengan nilai sig sebesar 0.00 yang berarti variabel kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Lalu dengan t hitung dengan 7.624 yang lebih besar dari t tabel yang bernilai 1.97912 menunjukkan bahwa kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian secara signifikan dari hasil survei yang ada. dapat disimpulkan bahwa pertanyaan 1 dan 2 yang

berisi tentang inovasi dan ekspektasi mendapat nilai tidak setuju dan sangat tidak setuju terbanyak dari semua pertanyaan yang ada. Hal ini dapat disimpulkan bahwa menu-menu yang berada di McDonald perlu ditingkatkan baik dalam segi inovasi dan penampilan. Peneliti menyarankan untuk membuat menu yang disajikan menjadi semirip mungkin dengan yang ada di display maupun di iklan. Melalui hasil wawancara dengan pengisi survei, yang menjadi kekurangan di McDonald's adalah makanan yang didapatkan tidak sesuai dengan keinginan mereka. Pertanyaan tersebut mendukung teori yang diutarakan oleh Adinugraha et al, (2015) tentang faktor yang mempengaruhi kualitas produk, salah satu faktornya adalah penyajian. Penyajian adalah suatu faktor dalam sebuah kualitas produk. Penyajian yang baik dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen dikarenakan saat mereka melihat penyajian yang menarik maka timbul rasa keinginan untuk mendapatkan produk tersebut Adinugraha et al (2015).

2. Dari hasil pengujian hipotesis dapat disimpulkan citra merek tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian di McDonald's. Artinya walaupun banyak orang yang mengetahui McDonald's namun hal ini tidak akan berpengaruh kepada keputusan pembelian . Hal ini dibuktikan dengan $\text{sig } 0.123 > 0.05$ dan nilai $t \text{ hitung}(X^2) -1.552 < t \text{ tabel } 1.97912$, dari hasil hipotesis yang ada maka dinyatakan bahwa citra merek tidak berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikan yang lebih besar dari nilai standar kepercayaan yaitu 0.05 yang

berarti citra merek berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian. Lalu dengan hasil t hitung -1.552 lebih kecil dari pada nilai t tabel 1.97912 yang berarti citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Dapat disimpulkan bahwa citra merek di restoran cepat saji McDonald's di Kota Semarang tidak mempengaruhi keputusan pembelian secara signifikan. Penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Lubis & Hidayat, 2019) yang mendapat kesimpulan sama yaitu citra merek tidak mempengaruhi secara signifikan terhadap keputusan pembelian

3. Dari hasil uji F yang ada dinyatakan bahwa kualitas produk dan citra merek memiliki pengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan f hitung $29.2 > f$ tabel 3.07 , dan sig $0.00 < 0.05$.
4. Hasil uji koefisien determinasi menyatakan bahwa kualitas produk dan citra merek mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 30.8% . Hasil ini didapatkan dari perhitungan regresi linier ganda yang menghasilkan *adjusted R square* sebesar 0.308

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, maka penulis menyadari masih terdapat banyak keterbatasan dan kekeliruan yang ada dalam penelitian ini. Namun dengan penelitian ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat.

- A. Bagi manajemen McDonald's, diharapkan penelitian ini dapat menjadi pertimbangan untuk meningkatkan keputusan pembelian bagi para customer McDonald's. Dari hasil penelitian yang dilakukan, peneliti dapat memberikan saran:
- a. Untuk meningkatkan kualitas produk yang ada di McDonald's. Terutama untuk penampilan penyajian yang di sajikan oleh McDonald's. Sebaiknya pihak McDonald's membuat tampilan produk semirip mungkin dengan iklan dan etalase sehingga para pengunjung merasa bahwa menu makanan yang mereka pilih sesuai dengan keinginan mereka
 - b. Peneliti juga menyarankan untuk McDonald's menjaga citra merek yang sudah dimiliki saat ini. Meskipun hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa citra merek tidak mempengaruhi keputusan pembelian secara signifikan. Namun citra merek juga mengambil peran penting dalam menarik pelanggan untuk memilih McDonald's.
- B. Bagi para akademisi dan pembaca untuk memperluas penelitian dengan mempertimbangkan variabel lainnya yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian misalnya lokasi, persepsi harga, promosi dan lainnya. Dan bagi peneliti selanjutnya diharapkan dimasa yang akan datang dapat digunakan sebagai salah satu sumber data dan rujukan untuk penelitian dan dilakukan penelitian lebih lanjut berdasarkan informasi yang lebih lengkap dan lebih luas.

C. Bagi masyarakat diharapkan penelitian ini akan berguna bagi masyarakat terutama di Kota Semarang untuk menganalisis gejala gejala sosial yang terjadi di masyarakat terutama yang berkaitan dengan McDonald's. Peneliti juga menyarankan agar masyarakat menjadi konsumen yang cerdas dan bukan hanya mengikuti alur *trend* saja namun juga untuk mempertimbangkan nilai nilai kegunaan yang dimiliki produk tersebut.

5.3. Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini memiliki keterbatasan dalam penelitian yaitu:

1. Penggunaan variabel independen sangat terbatas, hanya menggunakan variabel citra merek dan kualitas produk
2. Penelitian ini hanya berlaku di Kota Semarang, karena setiap kota memiliki karakteristik yang berbeda beda sehingga penelitian ini tidak dapat digunakan sebagai acuan di kota lain
3. Keterbatasan kuesioner yang diberikan. Dalam penelitian pertanyaan yang digunakan dalam pembuatan kuesioner tidak dapat mencakup seluruh kondisi yang ada. Untuk kedepannya diharapkan penelitian yang serupa dapat menggunakan kuesioner dengan pertanyaan yang lebih kompleks dan bervariasi