

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya dalam bab sebelumnya, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, adanya pengaruh positif dan signifikan citra merek terhadap keputusan pembelian menandakan bahwa Rocket Chicken selalu mengutamakan citra merek perusahaan dalam meningkatkan jumlah keputusan pembelian konsumen untuk membeli Produk Rocket Chicken.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Syamsurizal, 2020) dengan judul “pengaruh brand image terhadap keputusan pembelian pada rocket chicken Kota Bima” menyatakan bahwa hasil penelitian terdapat pengaruh antara brand image terhadap keputusan pembelian pada rocket chicken Kota Bima.

2. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya semakin baik kualitas produk yang diberikan oleh resto cepat saji rocket chicken Kabupaten Cirebon maka akan semakin meningkatkan melakukan keputusan pembelian konsumen pada resto cepat saji rocket chicken.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Puput Agustina, 2022) dengan judul “pengaruh label halal, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian rocket chicken di Kabupaten Kebumen” hasil penelitian ini menyatakan bahwa label halal, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian rocket chicken di Kabupaten Kebumen.

3. Keputusan pembelian produk rocket chicken dipengaruhi oleh variabel citra merek dan kualitas produk. Hal ini menandakan bahwa responden dalam penelitian ini yaitu masyarakat Kabupaten Cirebon dalam mengambil keputusan pembelian sangat memperhatikan citra merek baik dari citra rasa dan produknya. Selain itu responden dalam penelitian ini dalam mengambil keputusan pembelian memperhatikan

kualitas produk yang diberikan oleh perusahaan, baik dari daya tahan, tingkat kerenyahan, dan tampilan.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Andriani, Achmad Dengs GS, Retno Susanti, 2022) dengan judul “pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian pada brand makanan cepat saji (studi kasus di KFC di Surabaya)” hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, selanjutnya dapat diajukan beberapa saran yang diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perusahaan, antara lain:

1. Bagi konsumen

Konsumen diharapkan lebih berhati-hati dalam melakukan keputusan pembelian, ketika hendak melakukan keputusan pembelian di resto cepat saji konsumen dapat memperhatikan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian yaitu citra merek, kualitas produk dan faktor-faktor lainnya. Sehingga ketika melakukan pembelian produk di resto cepat saji konsumen akan merasa puas terhadap produk yang dibeli

2. Bagi perusahaan

Dengan adanya hasil penelitian yang menyatakan bahwa variabel citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, artinya apabila penjual di resto chicken menawarkan terus produknya dengan merek dan citra rasa yang unggul serta kualitas produk yang memuaskan, maka pembelian yang dilakukan konsumen akan meningkat. Dan perusahaan harus meningkatkan keterbukaan dan loyalitas sehingga konsumen dalam melakukan pembelian resto chicken meningkat.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan metode lain dalam meneliti pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian, misalnya wawancara

mendalam terhadap responden, sehingga informasi yang diperoleh dapat lebih bervariasi dari pada angket yang jawabanya telah tersedia.

