

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut:

1. Kualitas Produk pada *Vegas Fried Chicken* (VFC) termasuk pada kategori “Tinggi”, hal itu berarti menyatakan bahwa kondisi Kualitas Produk pada *Vegas Fried Chicken* (VFC) sudah baik, akan tetapi berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebar didapatkan hasil bahwa kualitas produk mengenai indikator daya tahan produk berada pada bobot terendah. Hasil dari uji *blind test* pun mengatakan bahwa rasa dari produk VFC bukanlah menjadi pilihan.
2. Keputusan Pembelian pada *Vegas Fried Chicken* termasuk kedalam kategori “Sedang”, hal ini berarti menyatakan bahwa kondisi Keputusan Pembelian pada *Vegas Fried Chicken* (VFC) termasuk kategori cukup. Dari kelima indikator yang diuji, indikator mereklah yang memiliki bobot terendah, jadi dapat dikatakan bahwa merek *Vegas Fried Chicken* (VFC) bukanlah sebuah pilihan bagi para *customer*.
3. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian, dimana $t_{hitung} 10,162 > t_{tabel} 1,661$. Diperoleh juga korelasi atau hubungan sebesar 0,718 yang berada pada tingkatan “Kuat”, persamaan regresi $Y = 3,742 + 0,347 X$ serta determinasi sebesar 51,6%, sedangkan sisanya sebesar 48,4% merupakan pengaruh dari variabel lain yang tidak diteliti.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah didapat, maka yang menjadi saran dalam penelitian ini adalah :

1. Sebaiknya perusahaan memperbaiki daya tahan produk, baik itu dari segi persepsi maupun dari segi pembuktian bahwa produk *Vegas Fried Chicken* (VFC) mempunyai daya tahan produk yang sangat baik. Dari segi rasapun sebaiknya *Vegas Fried Chicken* (VFC) melakukan pengawasan yang lebih pada pengolahan daging ayam, agar bumbu dapat menyerap pada daging.
2. Sebaiknya perusahaan melakukan penguatan pada citra merek dan eksistensi merek agar keputusan pembelian pada indikator pemilihan merek dapat meningkat.
3. Adanya pengaruh antara Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian yang kuat, menuntut perusahaan untuk dapat mengoptimalkan pengelolaan sistem dalam penanganan/pengawasan dalam kualitas produk, karena dengan Kualitas Produk yang baik akan berdampak pada Keputusan Pembelian yang sangat tinggi.