

BAB VI

KESIMPULAN

6.1 Kesimpulan

Berikut adalah kesimpulan dari pengolahan dan analisa data yang telah dilakukan:

1. Kelima faktor yaitu produk, harga, lokasi, promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di restoran cepat saji A maupun restoran cepat saji B Kota Surabaya.
2. Faktor yang paling mempengaruhi keputusan pembelian di restoran cepat saji A Kota Surabaya adalah faktor promosi. Sedangkan, faktor yang paling mempengaruhi keputusan pembelian di restoran cepat saji B Kota Surabaya adalah faktor kualitas pelayanan.
3. Terbentuk 3 *cluster*, *cluster* 1 diberi nama *cluster* konsumen kelas bawah, *cluster* 2 diberi nama *cluster* konsumen kelas menengah dan *cluster* 3 diberi nama *cluster* konsumen kelas atas.
4. Alasan utama konsumen melakukan pembelian di restoran cepat saji A dan restoran cepat saji B Kota Surabaya adalah lokasi mudah diakses.
5. Alasan yang membedakan konsumen melakukan pembelian di restoran cepat saji A dan restoran cepat saji B Kota Surabaya adalah tempat nyaman, menu bervariasi pelayanan ramah, harga terjangkau dan promosi produk/harga.

6.2 Saran

Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas objek penelitian. Dapat juga dilakukan penelitian terhadap faktor-faktor lain agar lebih melengkapi penelitian ini yang mungkin bisa mempengaruhi keputusan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T. dan Tantri, F. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 1. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Akbar, M. H. 2015. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian pada Cafe Five Points Semarang. Skripsi Mahasiswa: Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
- Ghozali, I. 2002. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Iswayanti, I. P. 2010. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga, dan Tempat terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Rumah Makan “Soto Angkring Mas Boed” di Semarang). Skripsi Mahasiswa: Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.
- Kotler, P. & Keller, K. L. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Ketigabelas. Jakarta: Erlangga.
- Malhotra, N. K. 2009. *Riset Pemasaran: Pendidikan Terapan*. Jilid 1. Edisi Keempat. Jakarta: PT Indeks.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. and Berry, L. L. 1988. SERVQUAL: A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, Vol. 4(1).
- Priyatno, D. 2010. *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS dan Tanya Jawab Ujian Pendarasan*. Yogyakarta: Gaya Media
- Santoso, S. 2015. *Menguasai Statistik Multivariat*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Warisan, J. dan Harianto, A. 2018. Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Memilih Restoran “All You Can Eat” di Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, Vol. 6(1), 1–14.
- Widiyanto, G. dan Sugandha. 2019. Analisis Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Cepat Saji. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 17(1), 1–12.
- Top Brand Award. 2019. *Top Brand Survey*. Tersedia pada: <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/> [diakses pada 22 Juni 2019].