

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai pengaruh sosial media, pelayanan, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Restoran Ayam Geprek Benu Kota Kupang, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Sosial Media berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Restoran Ayam Geprek Benu Kota Kupang. Hal ini menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial yang efektif, seperti penyampaian informasi produk, promosi, dan interaksi dengan konsumen, mampu meningkatkan minat serta mendorong konsumen dalam mengambil keputusan pembelian.
2. Pelayanan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian di Restoran Ayam Geprek Benu Kota Kupang. Artinya, meskipun pelayanan yang diberikan sudah cukup baik dan mampu meningkatkan kecenderungan konsumen untuk membeli, namun pengaruhnya belum cukup kuat secara statistik dibandingkan dengan variabel lainnya.
3. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Restoran Ayam Geprek Benu Kota Kupang. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk, seperti rasa, penyajian, dan konsistensi menu, merupakan faktor utama yang memengaruhi

konsumen dalam mengambil keputusan pembelian.

4. Secara simultan, Sosial Media, Pelayanan, dan Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Restoran Ayam Geprek Benu Kota Kupang. Hal ini membuktikan bahwa keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh kombinasi berbagai faktor pemasaran yang saling berkaitan.
5. Berdasarkan hasil analisis, Kualitas Produk merupakan variabel yang paling dominan memengaruhi keputusan pembelian, sehingga dapat disimpulkan bahwa konsumen lebih mempertimbangkan kualitas produk dibandingkan faktor lainnya dalam menentukan keputusan pembelian.

## **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diuraikan, maka penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Pihak Manajemen Restoran Ayam Geprek Benu Kota Kupang  
Disarankan untuk terus meningkatkan kualitas produk, khususnya dari segi rasa, kebersihan, dan konsistensi penyajian, karena faktor ini terbukti paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.  
  
Pihak restoran perlu mengoptimalkan penggunaan media sosial sebagai sarana promosi dan komunikasi dengan konsumen, misalnya dengan membuat konten yang menarik, interaktif, serta memberikan informasi promo secara rutin.

## 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi keputusan pembelian, seperti harga, lokasi, suasana restoran, atau promosi.
- b. Peneliti berikutnya juga disarankan untuk menggunakan jumlah responden yang lebih besar atau objek penelitian yang berbeda agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan secara lebih luas.
- c. Selain metode kuantitatif, penelitian selanjutnya dapat menggunakan pendekatan kualitatif untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai perilaku konsumen.