

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan oleh peneliti pada bab empat, melalui proses pengolahan data berdasarkan 102 responden dan dihitung menggunakan SmartPLS 3 untuk menguji kebenaran hipotesis yang terkait dengan variabel Persepsi Kualitas, Store Atmosphere dan Keputusan Pembelia, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel Persepsi Kualitas (X1) memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y)
2. Variabel *Store Atmosphere* (X2) memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y)
3. Variabel Persepsi Kualitas (X1) dan *Store Atmosphere* (X2) berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap Kinerja Karyawan (Y).

5.2 Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian yang telah dilakukan dapat dipastikan terdapat beberapa keterbatasan penelitian yaitu :

1. Dalam penelitian ini, fokus hanya terbatas pada variabel persepsi kualitas dan suasana toko yang mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian.
2. Data sekunder yang di dapat peneliti terbatas untuk menunjang penelitian.
3. Responden yang diperoleh peneliti dalam penelitian ini relative sedikit sehingga menjadikan hasil yang kurang akurat.

5.3 Saran

5.3.1 Saran Manajerial

Dalam penelitian ini dijelaskan sejumlah saran yang memiliki relevansi dengan aspek manajerial, yang dapat membantu dalam mengoptimalkan implementasi hasil penelitian serta mengarahkan tindakan yang lebih efektif dalam konteks organisasi.

Dengan mempertimbangkan temuan-temuan dari penelitian ini, saran-saran ini dirancang untuk memberikan panduan berharga bagi manajemen dalam mengambil langkah-langkah yang tepat demi meningkatkan kualitas, efisiensi, dan keberlanjutan operasional:

1. Berdasarkan hasil pengolahan data, pengaruh yang signifikan di dapatkan oleh variabel persepsi kualitas. Melalui hasil mean terbesar dari indikator yang ada pada variabel tersebut. Yaitu indikator PK1.4 dengan pernyataan “Rasa Makanan yang disajikan KFC Naughty by Nature memiliki persepsi kualitas yang sangat lezat.” peneliti menyarankan dari pernyataan tersebut perusahaan dapat terus mempertahankan rasa yang mereka sajikan kepada konsumen. Dan hasil mean terendah dalam variabel tersebut ada PK1.3 dengan pernyataan “Makanan yang disajikan KFC Naughty By Nature menunjukkan persepsi kualitas yang selalu segar.” Ini menunjukkan perusahaan untuk lebih memperhatikan produk yang mereka sajikan terutama dalam hal kesegaran. Dengan mempertahankan rasa dan memperhatikan kesegaran diharapkan perusahaan dapat berkembang.
2. Hasil dari olahan peneliti, variabel store atmosphere memiliki pengaruh yang signifikan. Berdasarkan hasil mean tertinggi dan terendah dari indikator yang berada di variabel tersebut. Indikator SA2.1 mendapatkan nilai mean tertinggi dengan pernyataan “Saya merasa musik yang di putar di dalam KFC Naughty by Nature sesuai.” Music yang di putar membuat suasana restoran menjadi nyaman. Perusahaan disarankan peneliti untuk mempertahankan hal tersebut. Indikator SA1.2 dengan pernyataan “Saya merasa Area parkir di KFC Naughty By Nature cukup luas.” Berdasarkan pernyataan tersebut peneliti menyarankan perusahaan untuk memperhatikan lagi besaran area parkir.

3. Berdasarkan olahan data yang dilakukan oleh peneliti mean tertinggi untuk indikator KP2.1 dengan pernyataan “Saya membeli produk KFC Naughty by Nature karena memiliki rasa yang berbeda berdasarkan menu Fastfood lainnya.”\peneliti menyarankan perusahaan untuk memperhatikan rasa yang berbeda. Untuk indikator mean terendah dengan pernyataan “Saya membeli produk KFC Naughty by Nature karena total waktu untuk menerima produk yang cepat.” Peneliti menyarankan untuk perusahaan memperhatikan waktu yang dibutuhkan untuk memproses produk yang mereka sajikan. Dengan mempertahankan rasa yang berbeda dan juga memperhatikan waktu diharapkan perusahaan dapat berkembang.

5.3.2 Saran Penelitian Selanjutnya

Mengingat adanya beberapa keterbatasan dalam penelitian ini, peneliti bermaksud untuk memberikan sejumlah rekomendasi yang bertujuan untuk memberikan panduan bagi penelitian masa depan. Berikut adalah beberapa saran yang dapat diambil sebagai pertimbangan:

1. Untuk pengembangan penelitian di masa mendatang, disarankan agar mempertimbangkan penerapan teori-teori terbaru mengenai persepsi kualitas dan *store atmosphere* yang lebih sesuai dengan perkembangan pengetahuan yang terus berkembang seiring berjalannya waktu.
2. Untuk penelitian masa depan, disarankan agar mengadakan analisis yang lebih mendalam terkait faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian, yang melibatkan aspek-aspek di luar variabel yang telah dianalisis sebelumnya, seperti harga, merek, strategi pemasaran, serta melibatkan pendekatan metodologi lain yang berpotensi menjadi faktor penting dalam pengambilan keputusan pembelian.
3. Untuk pengembangan studi berikutnya, disarankan untuk mengubah subjek penelitian dengan memilih entitas yang berbeda. Dalam penelitian ini, peneliti telah memfokuskan KFC Naughty by Nature sebagai subjek utama.