

BAB V

PENUTUP

1.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian membuktikan bahwa harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian roti BreadTalk di Yogyakarta.
2. Hasil penelitian membuktikan bahwa promosi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian roti BreadTalk di Yogyakarta.
3. Hasil penelitian membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian roti BreadTalk di Yogyakarta.
4. Hasil penelitian membuktikan bahwa harga, promosi, dan kualitas produk secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian roti BreadTalk di Yogyakarta.
5. Hasil penelitian membuktikan bahwa pada penelitian ini variabel promosi merupakan variabel paling dominan yang mempengaruhi keputusan pembelian roti BreadTalk di Yogyakarta.

1.2. Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian ini masih terdapat banyak keterbatasan penelitian dan kekurangan penelitian, salah-satunya adalah bahwa dalam penelitian ini baru

mengangkat tiga variabel independen yaitu harga, promosi, dan kualitas produk, dimana masih banyak variabel yang bisa diangkat untuk penelitian terkait obyek BreadTalk. Kemudian, keterbatasan lain dalam penelitian ini adalah mencari responden penelitian. Responden didapatkan dengan menyebar kuisioner melalui media sosial, sehingga persebaran responden tidak merata atau tidak sama dalam mewakili setiap kabupaten di Yogyakarta. Responden diambil berdasarkan konsumen yang sesuai kriteria yang datanya masuk terlebih dahulu melalui aplikasi google form yang disebar dengan media sosial.

1.3. Saran

Berdasarkan hasil penelitian maka saran dan masukan yang diharapkan dapat bermanfaat bagi berbagai pihak terkait adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan rata-rata penilaian variabel didapatkan hasil bahwa variabel kualitas produk memiliki rata-rata paling tinggi, akan tetapi berdasarkan nilai koefisien Beta (β) pada uji regresi linear berganda variabel kualitas produk merupakan variabel paling rendah dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Maka saran yang dapat diberikan adalah kualitas roti BreadTalk perlu ditingkatkan mengingat konsumen memiliki penilaian tinggi terhadap kualitas produk sebelum memutuskan pembelian.
2. Bagi peneliti disarankan dapat meneliti variabel lainnya pada objek roti BreadTalk dilain kesempatan agar menambah referensi dan wawasan bagi peneliti dan pihak lain.