BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Beriku adalah kesimpulan berdasarkan hasil analisis pada penelitian ini:

1. Cita Rasa (X1) dan *Atmosphere restaurant* (X2) memiliki pengaruh yang besar terhadap Keputusan Pembelian secara bersamaan (Y). Dengan sig 0,000, hasil pengujian menghasilkan nilai F sebesar 9,768. Akibatnya, hipotesis pertama dikonfirmasi.
2. Cita Rasa (X1) memiliki koefisien regresi 0,220 pada Keputusan Pembelian (Y) dan nilai t-hitung 1,436 dengan tingkat sig 0,159 0,05, menurut temuan. Hal ini menunjukkan bahwa Rasa (X1) tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y). Akibatnya, hipotesis kedua dikesampingkan.
3. *Atmosphere restaurant* (X2) memiliki koefisien regresi sebesar 0,465 terhadap Keputusan Pembelian (Y) dan nilai t-hitung sebesar 3,087 dengan tingkat sig, sesuai dengan temuan. 0,004 Akibatnya, Suasana Restoran (X2) memiliki dampak yang cukup besar terhadap Minat Beli (Y). Hasilnya, hipotesis ketiga diterima.
4. Koefisien determinasi R Square adalah 0,346. Hal ini menunjukkan bahwa faktor cita rasa (X1) dan *atmosphere restaurant* (X2) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y). Hal ini menunjukkan bahwa variabel Cita Rasa (X1) dan *Atmosphere restaurant* (X2) menyumbang 34,6% terhadap Keputusan Pembelian (Y), sedangkan sisanya 65,4% dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti.

5.2. Saran

Berdasarkann hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Perlu adanya pembenahan pada Cita Rasa dan juga *Atmosphere Restaurant* karena kedua variabel ini tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Pangestu. Cita Rasa harus lebih diperhatikan mengingat produk utama dari rumah makan ini adalah makanan yang mengedepankan cita rasa yang lezat. Rumah Makan Pangestu dapat lebih memperhatikan mengenai kualitas dan juga Cita Rasa makanannya, apalagi ketika Restaurant sedang ramai pelanggan. Hal ini dilakukan agar dapat lebih mendongkrak tingkat penjualan pada Rumah Makan ini.
2. Diusulkan agar peneliti selanjutnya melakukan penelitian serupa di lokasi yang berbeda, serta menambahkan faktor independen tambahan, untuk meningkatkan variasi.
3. Dari hasil penelitian yang dilakukan diperoleh koefisien R Square sebesar 0,346. Ini menunjukan 34,6% variabel Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Pangestu dipengaruhi oleh variabel Cita Rasa dan *Atmosphere Restaurant*, sedangkan 65,4% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukan didalam penelitian ini.