

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Hasil penelitian dan pembahasan mengenai dampak citra merek dan kualitas pelayanan pada Lazatto *Chicken* Rajawali Bekasi terhadap keputusan pembelian, seperti yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel citra merek memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Reputasi yang baik dari merek dapat meningkatkan kecenderungan pelanggan untuk melakukan pembelian, sementara reputasi yang buruk sebaliknya, akan berdampak mengurangi kecenderungan pada keputusan pembelian.
2. Variabel kualitas pelayanan juga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Kualitas pelayanan yang baik memiliki pengaruh positif, artinya keputusan pembelian akan dipengaruhi oleh pelayanan yang akurat, sesuai harapan pelanggan, dan berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Sebaliknya, kualitas pelayanan yang kurang baik akan menurunkan kecenderungan pada keputusan pembelian.
3. Citra merek dan kualitas pelayanan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan kata lain, kepuasan pelanggan terhadap citra merek dan kualitas layanan berkontribusi pada kecenderungan pelanggan untuk melakukan pembelian. Sebaliknya, ketidakpuasan pelanggan terhadap citra merek dan kualitas layanan dapat menghambat keputusan pembelian, karena keduanya secara langsung memenuhi atau tidak memenuhi kebutuhan pelanggan.

5.2 Saran

5.2.1 Bagi Pihak Lazatto *Chicken* Rajawali Bekasi

1. Perusahaan perlu meningkatkan citra mereknya dengan cara menambahkan nilai promosi dan diskon. Ini bertujuan agar konsumen lebih tertarik dan terdorong untuk membuat keputusan pembelian. Sebuah citra merek yang positif memiliki dampak besar terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu, fokus perusahaan harus terus diberikan pada pengembangan citra merek untuk memenuhi kepuasan pelanggan.
2. Agar dapat bersaing dengan pesaing, perusahaan perlu meningkatkan kualitas layanan pelanggan. Hal ini dapat dicapai dengan cara meningkatkan pelatihan dan keterampilan pegawai. Fokus pada pelayanan yang lebih baik akan memastikan kepuasan pelanggan yang lebih tinggi.

1.2.2 Bagi Konsumen

Dengan hasil penelitian ini, diharapkan konsumen tidak hanya membentuk persepsi negatif, melainkan juga menggunakannya sebagai bahan pertimbangan yang bijak dalam membuat keputusan pembelian di Lazatto *Chicken* Rajawali Bekasi.

5.2.3 Bagi Peneliti Selanjutnya

1. Karena penelitian ini hanya mencakup 57,3% dari faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian, penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel lain yang berpotensi memengaruhi keputusan pembelian konsumen.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat lebih mendalam dalam mengeksplorasi sumber dan referensi terkait keputusan pembelian. Faktor-faktor seperti promosi, kepuasan pelanggan, dan kualitas produk belum sepenuhnya diteliti dalam penelitian ini, sehingga peneliti berikutnya diharapkan dapat memasukkan variabel tambahan untuk menyempurnakan pemahaman terhadap keputusan pembelian konsumen.