

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Setelah peneliti melakukan analisis dari hasil pengaruh *Brand Image*, *Product Quality* dan *Perceived Price* terhadap *Purchase Intention*, maka diambil kesimpulan bahwa masing-masing variabel yang diteliti berpengaruh terhadap *Purchase Intention*, sehingga peningkatan niat beli dari konsumen dapat dilakukan dengan meningkatkan citra yang baik dari sebuah merek, kualitas produk pizza dan persepsi harga yang dirasakan konsumen. Berikut ini merupakan kesimpulan dalam penelitian ini:

1. Hipotesis pertama menjelaskan bahwa terdapat pengaruh signifikan *Brand Image* terhadap *Purchase Intention*, **Diterima**. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji hipotesis yang menunjukkan bahwa *Brand Image* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Purchase Intention* karena nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,433 lebih besar dari  $t_{tabel}$  sebesar 1,976. Domino's Pizza memiliki persepsi citra yang baik di mata konsumen hal ini ditunjukkan dengan mayoritas jawaban setuju. Untuk itu, Perusahaan perlu menjaga citra yang baik di mata konsumen sehingga kedepan terjadi peningkatan pembelian.
2. Hipotesis kedua menjelaskan bahwa terdapat pengaruh signifikan *Product Quality* terhadap *Purchase Intention*, **Diterima**. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji hipotesis yang menunjukkan bahwa *Product Quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Purchase Intention* karena nilai

$t_{hitung}$  sebesar 3,678 lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,976. Perusahaan harus menjaga konsistensi yang persepsi yang baik dari kualitas produk yang mereka jual sehingga konsumen tetap merasa puas dan sesuai dengan ekspektasi konsumen.

3. Hipotesis ketiga menjelaskan bahwa terdapat pengaruh signifikan *Perceived Price* terhadap *Purchase Intention*, **Diterima**. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji hipotesis yang menunjukkan bahwa *Perceived Price* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Purchase Intention* karena nilai  $t_{hitung}$  sebesar 5,297 lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,976. Harga yang ditawarkan oleh Domino's Pizza sesuai dengan kualitasnya dan mampu bersaing dengan pizza merek lain sehingga hal tersebut dapat mempengaruhi konsumen untuk berniat membeli produk dari Domino's Pizza daripada membeli pizza merek lain.

## 5.2. Saran

1. Saran Teoritis:
  - a. Penelitian ini bisa dilakukan kembali dengan variabel yang berbeda pada objek yang sama, yakni seperti *store atmosphere*, *perceived value*, *customer satisfaction* dan lain sebagainya.
  - b. Penelitian ini dapat dilakukan kembali dengan objek pada jenis makanan lainnya, sehingga mendapatkan pengetahuan dan wawasan baru yang lebih luas mengenai bisnis *fast food*.

- c. Penelitian dapat dilakukan kembali dengan tempat penelitian yang berbeda, jumlah sampel yang berbeda dengan perusahaan yang sama sehingga bisa meneliti responden yang lebih beragam.

## 2. Saran Praktis

- a. Dari seluruh indikator dalam variabel *Brand Image*, secara deskriptif dapat diambil kesimpulan bahwa mayoritas responden setuju bahwa Domino's Pizza memiliki citra merek yang positif. Untuk itu, Domino's Pizza sebaiknya terus mempertahankan reputasi perusahaan yang dianggap baik. Perusahaan juga dapat mengembangkan variasi menu pizzanya dan tampilan pizzanya sehingga citra merek yang positif dari produknya dalam benak konsumen dapat meningkat. Sehingga hal tersebut dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian. Dan diharapkan kedepan konsumen tidak akan ragu untuk membeli pizza di Domino's Pizza sehingga hal tersebut akan berdampak signifikan terhadap meningkatnya *income* perusahaan.
- b. Dalam variabel *Product Quality*, secara deskriptif mayoritas responden menjawab setuju terhadap semua indikator, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas produk Domino's Pizza dianggap baik oleh konsumen. Untuk itu, Domino's Pizza harus tetap menjaga konsistensi kualitas pizzanya. Lalu terdapat indikator yang dapat ditingkatkan kembali yaitu "Pizza dari Domino's Pizza memiliki aroma yang enak". Untuk itu, Domino's Pizza sebaiknya meningkatkan kualitas bahan dan

proses pembuatannya sehingga produk yang disajikan mampu memuaskan harapan konsumen sehingga hal tersebut akan meningkatkan pembelian konsumen di masa mendatang.

- c. Pada variabel *Perceived Price*, sebagian besar responden setuju terhadap harga yang ditawarkan Domino's Pizza. Hal tersebut karena responden merasa harga yang ditawarkan oleh Domino's Pizza sesuai dengan kualitas pizza nya. Terdapat indikator yang dapat ditingkatkan kembali yaitu "produk dari Domino's Pizza memiliki harga yang terjangkau". Domino's Pizza sebaiknya melakukan promo harga atau diskon pada beberapa macam pizza nya dalam periode tertentu sehingga konsumen akan tertarik untuk melakukan pembelian dan hal tersebut mampu memberikan persepsi dibenak konsumen bahwa Domino's Pizza memiliki harga yang terjangkau dibandingkan dengan pizza merek lain. sehingga konsumen akan tetap memilih Domino's Pizza dalam membeli produk Pizza.
- d. Pada variabel *Purchase Intention*, responden setuju untuk berniat melakukan pembelian produk dari Domino's Pizza. hal itu terbukti dengan banyaknya responden yang menjawab positif pada indikator ingin membeli produk Domino's Pizza. terdapat indikator yang dapat ditingkatkan yaitu "tertarik mencari informasi mengenai Domino's Pizza". Perusahaan sebaiknya melakukan *branding* dengan mengadakan *event* tentang kuliner yang disponsori oleh Domino's Pizza, kegiatan tersebut akan membuat merek Domino's Pizza menarik perhatian calon

konsumen sehingga mereka akan tertarik untuk mencari informasi mengenai Domino's Pizza dan tertarik untuk membeli produk Domino's Pizza.