

BAB V

PENUTUP

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang pengaruh rasa dan harga terhadap keputusan pembelian pada Donat Lumier sebagai berikut:

1. Rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Donat Lumier.
2. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Donat Lumier.
3. Rasa dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Donat Lumier.

2. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan, peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Melihat variabel pada Rasa terhadap pengaruh positif secara signifikan, saran untuk Donat Lumier diharapkan dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas rasa produk, terutama dalam menjaga konsistensi rasa, variasi topping, dan inovasi menu baru agar tetap menarik minat konsumen. Donat Lumier perlu mempertahankan strategi harga yang kompetitif dan sesuai dengan kualitas produk agar tetap dapat

menjangkau berbagai segmen konsumen. Donat Lumier dapat mempertimbangkan faktor lain seperti peningkatan pelayanan, promosi, dan kenyamanan tempat usaha untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

2. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi keputusan pembelian, seperti kualitas pelayanan, promosi, lokasi usaha, dan citra merek sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor faktor yang memengaruhi perilaku konsumen.