

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah dilakukan maka berikut ini dapat dikemukakan beberapa kesimpulan penelitian sebagai berikut:

1. *Service quality* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada RM Lamun Ombak Khatib Sulaiman Padang.
2. *Food quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada RM Lamun Ombak Khatib Sulaiman Padang.
3. *Word of mouth communication* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada RM Lamun Ombak Khatib Sulaiman Padang.

5.2 Saran-Saran

Berdasarkan keseluruhan pembahasan dan hasil analisis yang telah dilakukan maka penulis dapat memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Ukuran sampel yang digunakan masih relatif kecil akibat ruang gerak peneliti relatif terbatas akibat adanya implementasi protocol kesehatan guna memusnahkan mata rantai penyebaran COVID-19. Oleh sebab itu bagi peneliti mendatang setelah berakhirnya pandemic COVID-19 diharapkan untuk mencoba lebih lama di lapangan sehingga jumlah atau ukuran sampel menjadi lebih banyak sehingga mampu meningkatkan kualitas hasil peneliti yang diperoleh.

2. Dalam penelitian ini jenis kuesioner yang digunakan adalah pengisian kuesioner melalui online berupa google form, dikarenakan adanya pandemi COVID-19 karena hal itu penulis memilih kuesioner online yang dinilai praktis dan efisien. Namun dari hal tersebut, sebagian kalangan masyarakat yang menjadi konsumen RM Lamun Ombak Khatib Sulaiman tidak semua bisa mengisi kuesioner penelitian ini. Selain itu dalam pengisian kuesioner peneliti tidak bisa melakukan pengawasan dan peneliti hanya bisa melihat hasilnya.
3. Bagi peneliti selanjutnya sebaiknya mengembangkan variabel-variabel yang diteliti, karena tidak menutup kemungkinan dengan penelitian yang mencakup lebih banyak variabel akan dapat menghasilkan kesimpulan yang baik contohnya adanya variabel keputusan.
4. Untuk perusahaan RM Lamun Ombak lebih meningkatkan lagi dari kualitas pelayanan dan *word of mouth communication* dan selalu menjaga dan meningkatkan *food quality* RM Lamun Ombak dengan cara mempercepat pelayanan, dan menambah porsi makan di tempat agar terciptanya *word of mouth* yang positif.
5. Disarankan untuk perusahaan lebih meningkatkan lagi dari *service quality* dengan mempercepat penyajian atau dengan memahami apa yang diminta konsumen dikarenakan dari hasil yang telah didapat oleh peneliti *service quality* RM Lamun Ombak masih tergolong sangat tidak baik.