

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan penjelasan dari bab sebelumnya, serta pembahasan yang disertai dengan teori dan konsep yang mendukung mengenai penelitian ini maka dapat kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh antara brand image dalam upaya meningkatkan keputusan pembelian, sehingga diterima hasilnya adalah positif.
2. Ada pengaruh antara store atmosphere dalam upaya meningkatkan keputusan pembelian sehingga diterima hasilnya adalah positif.
3. Ada pengaruh antara kualitas layanan dalam upaya meningkatkan keputusan pembelian sehingga diterima hasilnya adalah positif.
4. Ada pengaruh antara brand image, store atmosphere dan kualitas layanan dalam upaya meningkatkan keputusan pembelian sehingga diterima hasilnya adalah positif.

B. Saran

1. Restoran Oliv Geprek Ekspres harus mempertahankan brand image yakni dengan cara menetapkan bauran promosi, menciptakan kesan yang positif dibenak konsumen dan mempunyai citra yang baik dengan kualitas yang tidak diragukan karena dengan hal tersebut dapat memberikan dampak pada keputusan pembelian.
2. Di restoran Oliv Geprek Ekspres, sebaiknya semakin meningkatkan suasana restoran yang lebih menarik lagi yakni dengan cara menciptakan desain interior dengan sirkulasi yang nyaman, menetapkan standar kualitas dan membuat menu restoran yang kekinian sehingga konsumen akan semakin tertarik untuk melakukan pembelian.
3. Restoran Oliv Geprek Ekspres harus benar-benar menjaga kualitas pelayanan yang baik dengan cara harus bersikap ramah dan empati, pelayanannya cepat, tanggap, berkomunikasi yang baik dengan anggota tim.