

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang keputusan pembelian konsumen dalam membeli produk olahan fried chicken d'BestO di Kota Padang adalah :

1. Karakteristik konsumen sebagian besar berumur kisaran 17-25 tahun yang masih tergolong remaja yaitu 86,7%, dan kebanyakan dari mereka berjenis kelamin perempuan yaitu 61,7% sedangkan yang laki-laki 38,3%, dan juga konsumen d'BestO kebanyakan sudah menamatkan pendidikan SLTA/Sederajat sebanyak 53,4%, yang sudah menamatkan pendidikan sarjana 26,6%. Dari segi pekerjaan pun masih banyak ditemui yang masih kuliah atau mahasiswa sebanyak 65% yang berpendapatan Rp<1.000.000 sebanyak 63,3%.
2. Keputusan pembelian pada pengenalan kebutuhan adalah motivasi konsumen berkunjung dalam keadaan lapar 71,7%, manfaat setelah berkunjung yaitu menghilangkan rasa lapar 70%, selanjutnya pencarian informasi tentang pengetahuan keberadaan d'BestO yaitu dari papan nama dan dari teman/kenalan 48,3%, pada evaluasi alternatif hal yang menjadi fokus perhatian yaitu rasa 58,3%, dalam keputusan pembelian pertimbangan untuk membeli d'BestO yaitu praktis dan cepat saji, dalam melakukan pembelian yaitu direncanakan 51% dengan waktu berkunjung siang hari pada saat jam makan siang 61,7%, dan evaluasi pascapembelian konsumen merasa puas terhadap produk d'BestO 51,7%, perilaku konsumen jika harga naik tetap membeli sebanyak 71,1% dan minat konsumen untuk datang kembali 100%.

3. Sikap konsumen terhadap atribut d'BestO tertinggi dalam keputusan dalam pembelian adalah rasa 18,53 setelah itu tingkat kepentingan kedua adalah kebersihan peralatan makan 17,98 Sedangkan nilai terendah pertama yaitu *delievery* hanya mendapatkan nilai 7,01 dan nilai terendah kedua adalah tanggapan/keluhan yaitu 8,97. Total dari keseluruhan atribut d'BestO adalah 262,05. Jadi penilaian konsumen terhadap d'BestO adalah cukup baik (CB) yaitu 211-307. keunggulan produk d'BestO adalah rasanya enak, harganya terjangkau dan tersedianya wifi gratis untuk menarik pelanggan.

## 5.2 Saran

Kualitas produk d'BestO sudah sangat memuaskan sebaiknya pihak terkait mempertahankan kualitas dan rasa produk yang telah melekat pada masyarakat yang sudah mendapatkan nilai tertinggi yaitu 18,53% sehingga konsumen pun bisa memberitahukan kepada teman/kenalannya tentang produk tersebut sebagai promosi. Kepada pelayan sebaiknya harus cepat tanggap terhadap keluhan konsumen supaya konsumen merasa puas untuk selanjutnya.

