

V. PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Karakteristik konsumen dalam membeli roti Lyky Bakery Lamongan adalah mayoritas mahasiswa/pelajar dan yang paling banyak berjenis kelamin perempuan dengan sebagian besar umur mereka 17-25 tahun dengan tingkat pendidikan SMA/SMK dan pendapatan/uang saku sekitar Rp 500.000 – Rp 1.500.000 per bulan.
2. Variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, budaya dan sosial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian roti Lyly Bakery Lamongan dengan nilai R² sebesar 53,9% yang artinya keputusan pembelian roti Lyly Bakery Lamongan dipengaruhi oleh variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, budaya dan sosial sebesar 53,9% sedangkan sisanya sebesar 46,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan yaitu :

1. Pihak manajemen Lyly Bakery Lamongan wajib memperhatikan temuan dari peneliti. Yaitu dengan memfokuskan pada variabel-variabel yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk di Lyly Bakery Lamongan antara kualitas

produk, kualitas pelayanan, budaya dan sosial. Hal ini agar pihak manajemen dapat memiliki informasi dan pengetahuan untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

2. Disarankan bagi Lyly Bakery Lamongan sebaiknya mengoptimalkan saluran distribusi dan pemasaran yang efektif (termasuk pemanfaatan teknologi pembuatan situs web dan media sosial), serta perusahaan harus mampu mempertahankan atau bahkan meningkatkan kualitas produk rotinya dengan menambahkan lagi beberapa macam varian rasa yang segar seperti rasa buah-buahan yang lebih diminati oleh anak muda jaman sekarang, dan juga mengurangi rasa yang terlalu manis untuk orang dewasa yang menderita diabetes.
3. Peneliti selanjutnya diharapkan untuk meneliti lebih banyak variabel lagi, selain variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, budaya dan sosial. Variabel lain yang dapat ditambahkan seperti variabel lokasi, variabel merek dan variabel lain yang lainnya, sehingga dapat mengetahui lebih dalam mengenai faktor-faktor penyebab keputusan pembelian konsumen Lyly Bakery Lamongan.