

BAB V

SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN

A. Simpulan

Simpulan ini bertujuan untuk menguji pengaruh faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis terhadap keputusan pembelian secara simultan dan secara parsial. Sampel pada penelitian ini adalah masyarakat yang mengonsumsi McDonald's di Yogyakarta yang membeli minimal 2 kali dalam 6 bulan terakhir ini. Setelah melakukan teknik *purposive sampling*, pengumpulan data diperoleh sebanyak 112 sampel. Berikut kesimpulan berdasarkan penelitian yang telah dilakukan antara lain:

1. Faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk McDonald's di Yogyakarta. Keputusan pembelian terhadap produk McDonald's berdasarkan pada keyakinan akan informasi yang didapat serta kepuasan setelah membeli produk McDonald's.
2. Faktor budaya berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk McDonald's di Yogyakarta. Keputusan pembelian terhadap produk McDonald's di Yogyakarta berdasarkan kepercayaan merek dan rasa aman dalam mengonsumsi produk tersebut.

3. Faktor sosial tidak signifikan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian produk McDonald's di Yogyakarta. Keputusan pembelian tidak didasarkan pada pengaruh pihak lain, tetapi berdasarkan pada kebutuhan dalam mengonsumsi produk tersebut.
4. Faktor pribadi tidak signifikan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian produk McDonald's. Keputusan pembelian tidak didasarkan pada usia, jenis pekerjaan, kemampuan ekonomi, dan pengaruh lain, tetapi didasarkan pada kebutuhan untuk mengonsumsi produk McDonald's.
5. Faktor psikologis berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk McDonald's. Keputusan Pembelian produk McDonald's di Yogyakarta berdasarkan pengetahuan, keyakinan, dan penilaian yang positif terhadap produk tersebut.

B. Keterbatasan Penelitian

Berikut adalah keterbatasan dalam penelitian:

1. Penelitian ini memiliki model penelitian yang umum, kurang spesifik dan tidak terfokus pada satu tujuan untuk meneliti pengaruh internal responden terhadap keputusan pembelian makanan cepat saji.
2. Penelitian ini memiliki cakupan yang terbatas hanya pada restoran makanan cepat saji yaitu McDonald's saja, sedangkan restoran makanan cepat saji di Yogyakarta dengan menu yang

sama sudah banyak tersebar seperti KFC, Wendy's, Burger King, A&W Restaurant, dan lain-lain.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti memberi saran, antara lain:

1. Penelitian selanjutnya diharapkan mengembangkan model penelitian yang spesifik dan terfokus pada tujuan meneliti pengaruh internal responden terhadap keputusan pembelian makanan cepat saji.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan mengembangkan objek penelitian yang berbeda, sehingga dapat memberikan hasil yang lebih beragam yang berkaitan dengan faktor perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian makanan cepat saji di Yogyakarta.