

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dalam penelitian ini, maka dapat diambil kesimpulan, yaitu:

1. Keragaman menu berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di angkringan Murokabi. Hasil ini menyimpulkan bahwa keragaman menu angkringan Murokabi memberikan banyak pilihan menu yang ditawarkan sehingga konsumen mempunyai banyak pilihan dan mempengaruhi keputusan pembelian di angkringan Murokabi.
2. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di angkringan Murokabi. Hasil ini menunjukkan semakin baik kualitas layanan yang dilakukan oleh karyawan angkringan Murokabi maka keputusan pembelian di angkringan Murokabi juga akan semakin tinggi.
3. *Word of mouth* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian di Angkringan Murokabi. Hasil ini menunjukkan bahwa *word of mouth* atau promosi dari mulut ke mulut sangat efektif dapat mempengaruhi pengunjung untuk datang ke angkringan Murokabi.
4. Keragaman menu, kualitas layanan, dan *word of mouth* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini membuktikan bahwa keragaman menu yang diberikan oleh angkringan Murokabi memiliki

pengaruh lebih besar terhadap keputusan pembelian di angkringan Murokabi dibandingkan dengan variabel kualitas pelayanan dan word of mouth.

5.2 Saran-saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut di atas, maka saran yang dapat diberikan antara lain:

1. kelengkapan menu pada variabel keragaman menu mendapatkan nilai rata-rata terendah, oleh karena itu sebaiknya ada pengembangan dalam menu dan inovasi – inovasi menu tambahan dan tidak lupa juga mempertahankan cita rasanya. Sehingga tersedia bermacam-macam pilihan menu, hal ini agar konsumen menjadi lebih tertarik untuk datang dan berkeinginan kembali lagi.
2. Indikator keandalan pada variabel kualitas pelayanan mendapatkan nilai rata-rata paling rendah bila dibandingkan dalam indikator kualitas pelayanan lainnya. Keandalan dalam pelayanan angkringan Murokabi sudah cukup baik hanya perlu di tingkatkan dalam merespon pembeli serta sistem pembayaran bisa dibuat lebih mudah dan bisa pakai sistem pembayaran elektronik.
3. Indikator dorongan variabel *word of mouth* mendapatkan nilai rata-rata terendah bila dibandingkan indikator lainnya, oleh karena itu disarankan bagi pengelola Angkringan membuat suasana lebih mengena bisa dari segi pelayanan segi suasana lewat musik, sehingga pengunjung merasa mempunyai kesan baik, dan mendorong teman atau relasi untuk datang ke angkringan Murokabi. Selain itu juga strategi pemasaran lainnya juga harus di terapkan seperti halnya membuat *event* yang berhubungan dengan segmentasinya.

4. Bagi peneliti selanjutnya masih terbuka peluang dan disarankan untuk memilih variabel-variabel lain yang lebih banyak seperti variabel cafe atmosphere dan variabel eksternal dan variabel harga sehingga penelitian dapat berkembang dan dapat mengungkap lebih banyak permasalahan yang dapat mempengaruhi kepuasan pengunjung.

