

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Dari pembahasan yang telah diuraikan diatas, berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a) Produk, harga, promosi, tempat, orang, lingkungan fisik dan proses secara simultan/ bersama-sama berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan Ikan Bakar Panjul, Desa Payaman di Kudus.
- b) Produk, harga dan lingkungan fisik secara parsial/ individu memiliki pengaruh positif dan signifikan, sedangkan orang berpengaruh tapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan Ikan Bakar Panjul, Desa Payaman di Kudus.
- c) Promosi, tempat dan proses secara parsial/ individu tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan Ikan Bakar Panjul, Desa Payaman di Kudus.
- d) Produk, harga, promosi, tempat, orang, lingkungan fisik dan proses memiliki kontribusi sebesar 73,9% dalam menerangkan keputusan pembelian pada Rumah Makan Ikan Bakar Panjul, Desa Payaman di Kudus, sedangkan faktor-faktor lain memiliki kontribusinya sebesar 26,1% diterangkan oleh variabel-variabel lain yang tidak disertakan dalam penelitian ini.
- e) Dalam penelitian ini faktor lingkungan fisik yang berpengaruh paling besar terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan Ikan Bakar Panjul, Desa Payaman di Kudus, Kesimpulan tersebut berdasarkan nilai koefisien lingkungan fisik pada

persamaan regresi berganda yaitu besarnya 0,314 , harga sebesar 0,217 , produk sebesar 0,203 dan orang sebesar 0,169.

- f) Dengan adanya temuan bahwa lingkungan fisik adalah variabel yang sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian atau lingkungan fisik menjadi sesuatu yang sangat dipertimbangkan dalam keputusan pembelian pada Rumah Makan Ikan Bakar Panjul maka variabel ini harus mendapatkan perhatian serius dari pemilik usaha. Semakin baik pengelolaan dari lingkungan fisik maka akan semakin mendorong peningkatan keputusan pembelian pada Rumah Makan Ikan Bakar Panjul, Desa payaman di Kudus.

5.2 Saran

- a) Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian adalah lingkungan fisik. Hal ini dengan melihat tingkat probabilitas yang tinggi yaitu dengan sig 0,000 dan nilai dari koefisien 0,314. Lingkungan fisik menjadi faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian, melihat pada acuan dari indikator lingkungan fisik yang meliputi, desain dan tata ruang menarik, tersedia sarana tempat parkir dan kebersihan lingkungan. Hal ini menunjukkan bahwa Rumah Makan Ikan Bakar Panjul dalam mendesain tata ruang harus bisa lebih menarik konsumen, peneliti menyarankan untuk menambah lampu (pencahayaan) dalam ruangan tempat makan sehingga pada malam hari pencayahaanya akan terlihat lebih terang.
- b) Faktor kedua yang mempengaruhi terhadap keputusan pembelian adalah harga dengan melihat nilai dari koefisien sebesar 0,217 dan sig 0,006. Melihat pada acuan dari indikator harga yang meliputi, harga terjangkau, harga bersaing, harga sesuai jenis produk.

Harga dari produk Rumah Makan Ikan Bakar Panjul dirasa sudah cukup terjangkau sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen, saran dari peneliti perusahaan harus mampu mempertahankan jika perlu lebih ditingkatkan lagi, misalnya apabila harga naik maka harus disesuaikan pula dengan kualitas dari produk makanan tersebut.

Harga di Rumah Makan Ikan Bakar Panjul dirasa oleh para konsumennya sudah cukup bersaing, karena harga yang telah ditetapkan oleh Rumah Makan Ikan Bakar Panjul lebih murah jika dibanding dengan pesaing lainnya, saran dari penulis untuk dapat meningkatkan keputusan pembelian di Rumah Makan Ikan Bakar Panjul akan lebih efektif jika perusahaan memberikan diskon/potongan harga dalam setiap beberapa kali pembelian, misalnya setiap 5X pembelian perusahaan memberikan potongan harga beberapa persen dengan menunjukkan ke lima nota tersebut, tujuannya agar perusahaan tetap dapat bersaing dengan para pesaing yang semakin ketat.

Harga sesuai dengan jenis produk, akan lebih optimal apabila Rumah Makan Ikan Bakar Panjul memberikan daftar menu disertakan dengan daftar harganya kepada konsumen yang hendak memesan, konsumen akan lebih tertarik dan faham dengan rincian harga dan menu dari Rumah Makan Ikan Bakar Panjul.

- c) Faktor ketiga yang mempengaruhi terhadap keputusan pembelian adalah produk dengan nilai koefisien sebesar 0,203 dan sig 0,034. Melihat pada acuan dari indikator produk yang meliputi, produk bersih, produk lezat dan produk sesuai pesanan.

Konsumen setuju bahwa produk di Rumah Makan Ikan Bakar Panjul disajikan dengan bahan dan proses yang bersih, untuk menjaga produk yang disajikan menggunakan bahan dan proses yang bersih perusahaan harus tetap memperhatikan kualitas bahan baku baik bahan baku pokoknya maupun bumbunya agar produk/makanan tetap terjaga kualitasnya, seperti ikan yang di olah adalah ikan yang masih segar dengan

bumbu-bumbu yang berkualitas dan juga tempat penyajian makanan perlu dijaga dengan sangat baik dalam hal kebersihan, seperti mencuci tempat penyajian makanan (piring, mangkok, sendok, garpu dll) dipastikan karyawan mencucinya dengan kebersihan yang maksimal, serta selalu update untuk menyediakan menu-menu yang banyak diminati oleh para konsumen sehingga Rumah Makan Ikan Bakar Panjul tidak kalah bersaing dengan rumah-rumah makan ikan bakar lainnya.

- d) Faktor keempat yang mempengaruhi terhadap keputusan pembelian adalah orang dengan nilai koefisien sebesar 0,169 dan sig 0,059. Orang/ karyawan pada Rumah Makan Ikan Bakar Panjul dalam segi pelayanan terhadap konsumen harus ditingkatkan kembali agar lebih tepat, cepat dan sigap dalam melayani permintaan konsumen, agar dalam segi pelayanan dapat lebih baik lagi dan lebih trampil lagi bagi karyawan saat berkomunikasi dengan konsumen, sehingga akan meningkatkan keputusan pembelian.
- e) Untuk penelitian yang akan datang penulis menyarankan untuk menambah variabel independen Interior desain dalam penelitiannya yang tentunya dapat mempengaruhi variabel dependen yaitu keputusan pembelian agar bisa melengkapi dan memperdalam penelitian ini.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini masih terdapat beberapa keterbatasan, keterbatasan penelitian ini yaitu penelitian ini hanya memfokuskan pada variabel produk, harga, promosi, tempat, orang, lingkungan fisik dan proses. Variabel-variabel tersebut hanya berpengaruh sebesar 73,9% terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian, dan sisanya sebesar 26,1% dipengaruhi oleh variabel lainnya selain produk, harga, promosi, tempat, orang, lingkungan fisik dan proses. Pada penelitian yang akan datang diharapkan dapat dilakukan perbaikan sehubungan dengan adanya keterbatasan pada penelitian ini.

