

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari pengkajian teori, hasil penelitian dan pengujian regresi yang dilaksanakan mengenai pengaruh *dining atmospherics* terhadap keputusan pembelian, telah diperoleh gambaran *dining atmospherics* di Kampung Daun *Culture Gallery & Cafe* secara umum mendapatkan penilaian yang baik dari konsumen dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pelaksanaan strategi *dining atmospherics* meliputi *atmospherics*, *service quality*, dan *food quality* yang dilakukan oleh Kampung Daun *Culture Gallery & Cafe* mendapat penilaian dengan kategori tinggi oleh konsumen sebagai responden dalam penelitian ini. Perolehan nilai tertinggi dari *dining atmospherics* yaitu terdapat pada dimensi *atmospherics*, hal ini menunjukkan ketertarikan konsumen terhadap suasana yang ditawarkan oleh Kampung Daun sebagai tempat pilihan makan dengan konsep alam dan budaya tradisional. Perolehan nilai tersebut mendapat nilai tertinggi untuk indikator kesesuaian suasana restoran di Kampung Daun. Nilai tertinggi lainnya diperoleh dari *food quality*, kebanyakan konsumen yang melakukan pembelian di Kampung Daun sangat tertarik dengan citarasa makanan dan

Ratri Septianingtyas, 2014

Pengaruh Dining Atmospherics terhadap Keputusan pembelian di Kampung Daun Culture Gallery & Cafe
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

variasi menu karena dapat membuat *moment* makan bersama dengan keluarga, kerabat, atau pasangan menjadi nikmat dengan adanya variasi menu dan kualitas rasa makanan yang dapat dijangkau oleh semua kalangan usia. Sedangkan perolehan nilai terendah dari *dining atmospherics* terdapat pada dimensi *service quality* dengan indikator kesiapan karyawan dalam memberikan bantuan kepada konsumen.

2. Secara keseluruhan, keputusan pembelian di Kampung Daun mendapat berada pada kategori tinggi oleh konsumen. Keputusan pembelian terdiri dari pilihan produk, pilihan merek, pilihan saluran pembelian, waktu pembelian, jumlah pembelian dan metode pembayaran. Dimensi pemilihan merek mendapat perolehan nilai tertinggi, hal ini menunjukkan bahwa ketika konsumen memutuskan untuk pembelian, kemenarikan dan keunikan nama dari Kampung Daun yang identik dengan rumah makan yang asri dengan pemandangan serba hijau dari pepohonan dan tanaman berhasil membuat konsumen penasaran dan tertarik untuk mendatangi Kampung Daun *Culture Gallery & Cafe*. Penilaian terendah terdapat pada dimensi Pemilihan Saluran Pembelian dengan indikator kestrategisan letak Kampung Daun. Hal ini dikarenakan letak dari Kampung Daun berada di dalam perumahan Trinity Villas yang menyebabkan konsumen yang belum pernah datang ke Bandung akan kesulitan menemukan letak dari restoran tersebut.
3. Pengaruh *dining atmospherics* terhadap keputusan pembelian menunjukkan nilai yang signifikan artinya *dining atmospherics* yang terdiri dari

atmospherics, *service quality*, dan *food quality* memberikan pengaruh yang kuat terhadap keputusan pembelian. Dalam hal ini, yang memiliki pengaruh tertinggi adalah *atmospherics*, dikarenakan kebanyakan konsumen yang melakukan pembelian di Kampung Daun ingin menikmati suasana makan yang unik yang menyatu dengan alam serta menghilangkan kepenatan dari aktifitas sehari-hari dengan cara berkumpul bersama dengan keluarga, kerabat atau pasangan. Kampung Daun dijadikan sebagai restoran favorit oleh konsumen untuk berkumpul dengan menikmati pemandangan, kualitas makanan dan pelayanan yang telah disediakan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, maka penulis merekomendasikan beberapa hal yang dapat dijadikan acuan oleh Kampung Daun *Culture Gallery & Cafe* sebagai berikut:

1. Strategi *dining atmospherics* yang dijalankan oleh Kampung Daun secara keseluruhan berjalan cukup baik, terutama dari variabel *atmospherics* dan *food quality* yang memberikan kontribusi paling besar terhadap keputusan pembelian, akan tetapi *service quality* memberikan pengaruh rendah di kampung daun harus segera dibenahi dan diperbaiki, mengenai *service quality* dengan mengadakan pelatihan mengenai pelayanan prima, meningkatkan standar oprasional perusahaan (SOP) kepada seluruh karyawan, melakukan *briefing* setiap paginya, serta meningkatkan motivasi terhadap para karyawan

melalui penghargaan karyawan terbaik dan memberikan hadiah, agar karyawan lebih semangat dalam bekerja.

2. Keputusan pembelian dengan dimensi pemilihan merek yang mendapat nilai tertinggi, menunjukkan bahwa merek dari Kampung Daun cukup mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian. Pemilihan Saluran Pembelian yang mendapat nilai terendah perlu mendapat perhatian dari Kampung Daun, dimana untuk lebih meningkatkan keputusan pembelian, maka pihak Kampung Daun perlu menyediakan sarana transportasi bagi konsumen yang tidak membawa kendaraan pribadi untuk dijemput dalam jarak tempuh 8 KM dari Kampung Daun, dengan ketentuan telah melakukan reservasi terlebih dahulu pada resepsionis Kampung Daun. Hal tersebut dapat memudahkan konsumen dikarenakan tidak adanya transportasi umum yang melewati jalur menuju ke restoran. Sebaiknya pihak Kampung Daun melakukan peninjauan terhadap keunggulan yang dimiliki oleh restoran pesaing lainnya sehingga mampu mengukur kehandalan yang dimiliki dan memperbaiki kekurangan yang ada.
3. Kampung Daun merupakan salah satu restoran dengan konsep alam dan budaya tradisional yang cukup unik, Untuk meningkatkan keputusan pembelian di Kampung Daun, hendaknya dimulai dari dalam manajemen Kampung Daun terlebih dahulu. Dalam meningkatkan kualitas *soft skill* dan *hard skill* karyawan, sudah semestinya pihak manajemen mengadakan pelatihan sumber daya manusia (SDM) untuk lebih mengasah kemampuan

karyawan dalam penguasaan *food & beverage product, food & beverage service* dan menegaskan pentingnya koordinasi antar departemen. Melihat hasil penelitian dan fakta dilapangan bahwa Kampung Daun dapat dikatakan sebagai *family restaurant* yang memberikan suasana makan yang menarik serta menyajikan variasi menu sehingga memberikan konsumen pengalaman bersantap yang tidak akan terlupakan dalam sebuah restoran. Kampung Daun perlu menambahkan fasilitas seperti menambahkan saung serta fasilitas bermain untuk anak-anak. Selanjutnya adalah Kampung Daun diminta lebih memperhatikan kualitas pelayanan dari segi kesiapan karyawan dalam memberikan bantuan kepada konsumen.

4. Penelitian ini masih terdapat banyak kelemahan dan kekurangan. Diharapkan agar peneliti selanjutnya dapat mengkaji lebih luas mengenai strategi yang dilakukan industri pariwisata, selain itu peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian misalnya mengenai *dining atmospherics* sebuah restoran dilihat dari *atmospherics, food quality* dan *service quality* terhadap keputusan pembelian.