

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Setelah melakukan penelitian mengenai Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Warung Nasi Alam Sunda di Kabupaten Cianjur, peneliti menarik simpulan sebagai berikut:

1. Citra merek memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian atas dasar pengujian dalam uji linear berganda dan uji t. Dari tiga dimensi yang diujikan pada variabel citra merek, seluruh dimensi mendapatkan kategori sangat tinggi pada nilai kontinum yang diujikan. Pernyataan “Sambal dan produk yang disajikan di Alam Sunda memiliki rasa yang enak” menjadi pernyataan dengan perolehan tertinggi dengan total skor 482 atau dengan persentase sebesar 96,4% dan pernyataan “Kebersihan lingkungan, alat makan, dan produk yang disajikan sudah bersih dan terjaga” menjadi pernyataan dengan perolehan terendah dengan total skor 449 atau dengan persentase sebesar 89,9%.
2. Harga memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian, atas dasar pengujian dalam uji linear berganda dan uji t. Dari empat dimensi yang diujikan pada variabel harga, seluruh dimensi mendapatkan kategori sangat tinggi pada nilai kontinum yang diujikan. Pernyataan “Harga produk sudah sesuai dengan porsi makanan/minuman yang didapatkan” menjadi pernyataan dengan perolehan tertinggi dengan total skor 468 atau dengan persentase sebesar 93,6% dan pernyataan “Harga produk yang ditawarkan terjangkau” dan pernyataan “Harga produk sudah sesuai dengan harapan saya terhadap kualitas produk” menjadi pernyataan dengan perolehan terendah dengan total skor 448 atau dengan persentase sebesar 89,6%.
3. Citra merek dan harga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian pada Warung Nasi Alam Sunda di Kabupaten Cianjur. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan hasil uji f, tetapi berdasarkan uji koefisien determinasi, nilai kategori yang didapatkan adalah lemah dengan nilai *R square* 0,388 atau 38% dan 62% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Pernyataan “Saya membutuhkan rumah makan dengan produk yang berkualitas dan bersih untuk

dikunjungi” menjadi pernyataan dengan perolehan tertinggi dengan total skor 473 atau dengan persentase sebesar 94,6% dan pernyataan “Kebersihan lingkungan, alat makan, dan produk yang disajikan membuat saya mempertimbangkan kembali untuk membeli produk Alam Sunda” menjadi pernyataan dengan perolehan terendah dengan total skor 453 atau dengan persentase sebesar 90,6%.

4. Harga dan kebersihan menjadi faktor yang penting untuk membangun citra merek yang akan meningkatkan keputusan pembelian pada Warung Nasi Alam Sunda di Kabupaten Cianjur. Harga yang dipatok harus dapat memenuhi kebutuhan dan juga harapan konsumen. Kebersihan juga perlu dijaga agar membantu memberikan kesan baik dan meningkatkan citra merek Warung Nasi Alam Sunda.
5. Minat beli yang tinggi dari konsumen setelah melakukan pembelian pada Warung Nasi Alam Sunda di Kabupaten Cianjur tetap tinggi meskipun terdapat masalah kebersihan yang ada dan juga permasalahan mengenai keterjangkauan harga dan harapan konsumen yang kurang terpenuhi atas kualitas produk yang mereka dapatkan.

5.2 Saran

Setelah melakukan penelitian mengenai Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Warung Nasi Alam Sunda di Kabupaten Cianjur, peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Citra merek yang sudah dibangun cukup baik akan sangat disayangkan jika harus berkurang karena kebersihan yang kurang terjaga. Manajemen Warung Nasi Alam Sunda perlu melakukan evaluasi terhadap SOP untuk menjaga kebersihan setiap cabang, satu di antaranya, dengan mempertimbangkan kembali jumlah staf yang bertugas menjaga kebersihan. Selain itu, Manajemen Warung Nasi Alam Sunda juga perlu memperhatikan harga yang dirasa kurang terjangkau dan harga yang belum bisa memenuhi harapan konsumen khususnya untuk wisatawan, perlu ditindak lanjuti. Satu di antara cara yang bisa dilakukan adalah dengan tetap mempertahankan harga tersebut, namun meningkatkan kualitas produk dan menambah upaya untuk memenuhi harapan

konsumen. Dengan begitu, harga yang dirasa cukup tinggi akan memberikan hal yang seimbang dengan apa yang akan didapatkan oleh konsumen.

2. Pada penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek dan harga hanya memengaruhi keputusan pembelian sebesar 38,8% sehingga memang perlu dilakukan penelitian lebih lanjut untuk mengetahui, pada sektor *food and beverage* terutama pada restoran etnik yang mengusung nuansa Sunda, variabel apa yang lebih besar memberikan dampak terhadap keputusan pembelian.
3. Perlu adanya penyuluhan yang dilakukan oleh pemerintah atau dinas terkait kebersihan pada industri makanan dan minuman. Karena ada indikasi bahwa masyarakat masih menganggap bahwa industri makanan dan minuman khususnya pada etnik restoran yang bernuansa Sunda yang kurang memperhatikan kebersihan lingkungan, alat makan, fasilitas, hingga produk yang mereka sajikan adalah hal yang bisa ditoleransi.