

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5. 1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan melalui analisis *deskriptif* dan *verifikatif* dan pengujian analisis regresi sederhana, mengenaipengaruh diferensiasi produk terhadap keputusan pembelian pada konsumen Rumah Makan Mie Reman dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Gambar dan diferensiasi produk pada Rumah Makan Mie Reman Bandung berdasarkan penilaian konsumen berada pada kategori sedang. Hal ini dapat dilihat pada hasil skor masing-masing dari indikator diferensiasi produk beberapa indikator sudah cukup baik seperti indikator bentuk dan gaya, tetapi beberapa seperti indikator penyediaan dan daya tahan menunjukkan nilai cukup rendah. Berdasarkan hasil pengamatan peneliti pun, diferensiasi produk sudah dilakukan tetapi belum optimal.
2. Gambar dan keputusan pembelian pada Rumah Makan Mie Reman berdasarkan penilaian konsumen berada pada kategori cukup tinggi. Hal tersebut dapat dilihat pada indikator paling tinggi yaitu pemilihan merek, bahwa merek Mie Reman cukup menarik dan populer di kalangan konsumen. Selain dari indikator pemilihan merek, dapat dilihat pada skor masing-masing dari indikator keputusan pembelian bahwa skor pun cukup tinggi.
3. Pengaruh diferensiasi produk terhadap keputusan pembelian di Rumah Makan Mie Reman menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi diferensiasi produk maka akan semakin tinggi pula keputusan pembelian produk Rumah Makan Mie Reman.

5. 2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang diperoleh, maka penulis memberikan saran yang

Fauziah Eka Putri, 2014

PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA RUMAH MAKAN MIE REMAN

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

mungkin dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak-pihak terkait dengan penelitian ini, yaitu :

1. Untuk mencapai hasil dari diferensiasi produk yang lebih baik, perlu diperhatikan dan diperbaiki dari beberapa aspek indikator yang penilaiannya masih rendah diantaranya penyesuaian yang berhubungan dengan variasi produk, kualitas kinerja terhadap konsistensi produk, kualitas kesesuaian, dan daya tahan terhadap produk. Maka dari itu peneliti memberikan rekomendasi sebagai berikut :
 - a. Menambah varian *topping* disesuaikan dengan selera konsumen, jenis *topping* tersebut dapat berupa olahan seafood (seperti crab stick, otak-otak), macam sayuran (seperti jamur)
 - b. Penambahan dessert seperti pada konsep awal mengambil tema Jepang. Seperti yang sedang digandrungi oleh banyak masyarakat produk-produk olahan dari green tea dapat berbentuk ksrin, atau dijadikan cake, dll.
 - c. Penambahan menu cemilan.
 - d. Untuk minuman lebih diperbaiki, dan ditambah variasi sesuai dengan tema restoran dan sesuai dengan tema makanan.
 - e. Dapat dilakukan dengan penggunaan kemasan atau wadah yang berbedaripesaing.
 - f. Pelaksana diferensiasi produk harus dilakukan lebih optimal yang dapat dilakukan dengan penambahan item menu yang lebih bervariasi, menggunakan condiment yang berbedariproduk lain.
2. Berdasarkan hasil penelitian menyatakan bahwa diferensiasi produk memberikan pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian. Strategi pengembangan produk harus sering dilakukan. Bila belum mampu dilakukan oleh pihak internal, dapat melakukan bekerjasama dengan mitra bisnis, maka kedua pihak bisa saling diuntungkan.
3. Pelaksana diferensiasi produk juga dapat dilakukan dengan melakukan strategi-strategi pemasaran yang menarik. Seperti contohnya:

Fauziah Eka Putri, 2014

PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA RUMAH MAKAN MIE REMAN

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- a. Tetap mempertahankan promosi di media sosial dengan kata-kata yang menarik.
 - b. Mengadakan program promo produk dalam beberapa periode, seperti program paket makanan, program produk jumbo, program hari-hari penting, program lomba-lomba makan.
 - c. Bekerja sama dengan mitra bisnis atau mensponsorisebuah acara agar pengunjung berminat datang ke restoran.
4. Pihak manajemen harus lebih sering melakukan riset pasar tentang keinginan konsumen yang sedang berkembang di masyarakat. Hal ini dengan cara :
 - a. Mengunjungi pasar atau supermarket mencari tahu tentang produk baru yang ada.
 - b. Mencari yang menjadi buruannya konsumen.
 - c. Mencari dan mengamati strategi-strategi yang dilakukan pesaing.
 5. Memperhatikan sisi bangunan restoran, dengan cara membenahi fasilitas-fasilitas yang ada, desain restoran lebih dirapihkan serta lebih diberikan kesan yang lebih tegassesuaidengan konsep yang diambil. Hal itu dapat dilakukan dengan cara menambahkan hiasan, mengganti dekorasi gambar agar ada tampilan baru.
 6. Memperhatikan program kerjaden menerapkan SOP (Standar Operasional Prosedur) yang baik bagi pengolahan produk maupun bagi seluruh karyawannya, serta selalu melakukan pengawasan secara berkala.
 7. Penerapan program Menu Engineering.