BAB V
KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan dengan menggunakan analisis deskriptif dan verifikatif dengan menggunakan *path analysis* antara *people*, *physical evidence* dan *process* terhadap keputusan pembelian, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Gambaran mengenai *people* dari penyebaran kuesioner terhadap responden di Sangkuriang Resto diperoleh bahwa skor tertinggi dicapai dalam hal komunikasi yang baik antara karyawan dengan konsumen dengan **sebagian besar** responden berpendapat cukup baik. Sedangkan skor terendah terdapat dalam hal pernyataan kemampuan karyawan dalam memberikan layanan yang cepat.
2. Gambaran mengenai *physical evidence* dari penyebaran kuesioner terhadap responden di Sangkuriang Resto diperoleh bahwa skor tertinggi dalam hal pernyataan pencahayaan dari sumber matahari dengan **sebagian besar** responden berpendapat cukup baik. Sedangkan skor terendah dalam hal pernyataan kemenarikan design menyatakan **hampir setengahnya** responden berpendapat cukup baik..
3. Gambaran mengenai *process* dari penyebaran kuesioner terhadap responden di Sangkuriang Resto diperoleh bahwa skor tertinggi dari variabel *process* dalam hal pernyataan kemudahan prosedur pemesanan menyatakan **sebagian besar** responden berpendapat cukup baik. Sedangkan skor terendah dalam hal pernyataan kecepatan karyawan menyampaikan produk menyatakan **hampir setengahnya** responden berpendapat cukup baik
4. Gambaran mengenai keputusan pembelian dari hasil penyebaran kuisioner terhadap responden di Sangkuriang Resto diperoleh bahwa skor tertinggi ada pada dimensi metode atau cara pembayaran yang dinyatakan **sebagian besar** berpendapat cukup baik. Sedangkan skor terendah ada pada dimensi jumlah pembelian yang dinyatakan **hampir setengahnya** berpendapat cukup baik, hal ini dikarenakan responden melakukan pembelian di Sangkuriang resto sesuai

dengan jumlah yang dibutuhkan dan tidak melakukan pembelian dengan frekuensi yang melebihi kebutuhan. Secara keseluruhan variabel keputusan pembelian ada pada tingkat hubungan yang kuat.

5. Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan *analysis path* didapatkan hasil bahwa *people, physical evidence* dan *process* memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian di Sangkuriang resto. Semakin baik *people, physical evidence* dan *process* yang diterapkan maka akan semakin tinggi keputusan pembelian di Sangkuriang resto.

   Berdasarkan variabel yang diteliti menunjukkan bahwa variabel *physical evidence* terhadap keputusan pembelian memiliki pengaruh yang paling dominan atau termasuk kategori **sedang.** Adapun variabel *people* dan *process* terhadap keputusan pembelian memiliki pengaruh yang kecil atau termasuk kategori **rendah.**

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis merekomendasikan beberapa hal kepada Sangkuriang Resto mengenai *people, physical evidence* dan *process* berdasarkan pengujian analisis path sebagai berikut:

1. Sangkuriang resto harus memperbaiki dan meningkatkan *physical evidence* sebagai pengaruh yang paling dominan tetapi memiliki pengaruh yang kecil dilihat dari garis kontinum, hal tersebut dapat dilihat dari hasil tanggapan responden bahwa keunikan *design*, kemenarikan *design* dan kejelasan petunjuk arah (musola, toilet) berada pada posisi **sedang** atau masih jauh untuk mendapatkan posisi **kuat**. Sehingga untuk mencapai harapan dan meningkatkan keputusan pembelian konsumen, Sangkuriang resto harus memperbaiki penataan *design interior* dan *design eksterior* restoran. Dalam menata *design interior*, sangkuriang dapat menampilkan suasana yang nyaman, *design* yang menghadirkan suasana *family* ataupun sundanese. Memperbaiki petunjuk arah untuk toilet dan musola yang jelas, pencahayaan lampu pada area belakang restoran saat malam hari. Sedangkan untuk *design eksterior* yang merupakan hal pertama yang dapat dilihat konsumen atau penampilan luar

yang dapat menarik perhatian konsumen untuk melakukan pembelian, maka yang harus dilakukan yaitu penataan *design* khas sundanese harus detail, menambahkan tanaman, area pintu masuk lebih ditata agar tidak berdekatan dengan kursi konsumen.

2. Sangkuriang resto harus memperbaiki *people* atau karyawan, hal tersebut dapat dilihat dari hasil tanggapan responden bahwa kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan yang cepat berada pada posisi **sedang** atau masih jauh untuk mendapatkan posisi **kuat**. Maka dari itu diharapkan Sangkuriang resto dapat memperbaiki dan meningkatkan kemampuan dan pengetahuan karyawan dengan menerapkan *Standard Operational procedure* (SOP) yang baik untuk karyawan agar dapat menjaga konsistensi kualitas pelayanannya dan mengadakan pelatihan atau *training* kepada karyawan, hal ini dikarenakan kemampuan dan pengetahuan seseorang akan menentukan kinerja dan hasilnya. Menurut Steers dalam (Sutrisno, 2011, hlm. 151) untuk mendapatkan kinerja yang baik tidaklah mudah karena harus didukung oleh kemampuan dan motivasi karyawan itu sendiri ditambah dengan sistem yang tepat yang harus diterapkan oleh perusahaan seperti kejelasan pembagian tugas sesuai dengan beban kerja dan tanggungjawabnya". Maka diharapkan Sangkuriang resto dapat menerapkan SOP dan pelatihan bagi karyawan, agar mampu memberikan pelayanan dengan baik dan meningkatkan keputusan pembelian.
3. Sangkuriang resto harus memperbaiki *process*, hal tersebut dapat dilihat dari hasil tanggapan responden bahwa kecepatan karyawan menyampaikan produk dan lamanya waktu tunggu makanan dan minuman yang dihidangkan berada pada posisi **sedang** atau masih jauh untuk mendapatkan posisi **kuat**. Sehingga Sangkuriang resto harus memberikan pelayanan yang cepat agar konsumen tidak menunggu lama untuk mendapatkan makanan dan minuman yang dipesan, apabila konsumen puas maka konsumen akan melakukan pembelian ulang.
4. Sangkuriang resto perlu meningkatkan beberapa hal yang berhubungan dengan keputusan pembelian diantaranya yaitu :
   a. Pilihan produk, hal ini dapat dilihat dari hasil tanggapan responden bahwa secara keseluruhan pilihan produk berada pada posisi **sedang** atau masih

jauh untuk mendapatkan posisi **kuat**. Adapun nilai terendah ada pada kemenarikan produk yang ditawarkan dan kesesuaian produk yang diinginkan. Padahal menurut Tjiptono (2014, hlm. 42) produk sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar yang bersangkutan. Maka Sangkuriang resto harus memperbaiki atribut produk yang sudah ada, seperti memperbaiki bentuk yang meliputi ukuran atau porsi produk dan memperbaiki design produk yang meliputi tampilan, rasa dan fungsi produkberdasarkan kebutuhan konsumen.

b. Waktu pembelian, hal ini dapat dilihat dari hasil tanggapan responden bahwa secara keseluruhan pilihan produk berada pada posisi **sedang** atau masih jauh untuk mendapatkan posisi **kuat**. Adapun nilai terendah ada pada pembelian berdasarkan adanya promosi/*discount*. Berdasarkan hasil tersebut, Sangkuriang resto masih kurang melakukan promosi yang berdampak pada penurunan konsumen, sehingga perlu adanya promosi yang lebih lanjut misalnya melalui media cetak seperti brosur, poster, dan lain lain. Selanjutnya sangkuriang resto sebaiknya melakukan promo *discount* untuk para pengunjung yang akan melakukan dengan tujuan bisnis. Misalnya memberikan *Discount Banker* yaitu para pegawai bank dengan menunjukkan identitas mereka dapat diberi discount harga sebesar beberapa persen.

c. Jumlah pembelian, hal ini dapat dilihat dari hasil tanggapan responden bahwa secara keseluruhan jumlah pembelian berada pada posisi **sedang** atau masih jauh untuk mendapatkan posisi **kuat**. Sehingga Sangkuriang resto seharusnya menambah variasi produk, mengubah penampilan produk dan menurunkan harga, agar konsumen melakukan pembelian dengan jumlah banyak.

5. Selanjutnya secara keseluruhan Sangkuriang resto terlebih dahulu harus memperbaiki dan meningkatkan *physical evidence* sebagai pengaruh yang paling dominan, selanjutnya memperbaiki *people* dan *process* sebagai pengaruh yang tidak dominan untuk meningkatkan keputusan pembelian di Sangkuriang resto.