

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan kajian teori, hasil penelitian dan pengujian regresi berganda yang dilaksanakan mengenai pengaruh *event marketing* terhadap keputusan pembelian, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Tanggapan konsumen mengenai *event marketing* yang terdiri dari subvariabel *entertainment*, *excitement* dan *enterprise*. Mendapatkan nilai tinggi. Subvariabel yang mendapatkan nilai tertinggi hingga terendah jika diurutkan adalah sebagai berikut: *excitement*, *entertainment*, dan *enterprise*. *Excitement* merupakan yang mendapat penilaian paling tinggi dari *customer* Café Halaman Tamansari. Hal ini dikarenakan *event* yang diadakan oleh Café Halaman Tamansari terselenggara dengan baik sehingga dapat meningkatkan suasana hati dan meninggalkan kesan yang mendalam dibenak *customer*.
2. Tanggapan konsumen mengenai keputusan pembelian yang terdiri dari pemilihan produk, pemilihan merek, pemilihan waktu pembelian, metode pembayaran, saluran pembelian dan jumlah pembelian. Jumlah pembelian mendapatkan penilaian paling tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa Café Halaman Tamansari memberikan pelayanan dan kualitas produk yang baik sehingga *customer* melakukan pembelian dalam jumlah banyak.
3. Berdasarkan pengujian hipotesis, menunjukkan bahwa *event marketing* yang terdiri dari subvariabel *entertainment*, *excitement*, dan *enterprise* memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Namun apabila dilihat dari uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa hanya ada dua dimensi yang memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, yaitu *entertainment* dan *excitement*.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan temuan yang diperoleh dalam penelitian ini, penulis merekomendasikan hal-hal sebagai berikut guna pengembangan Café Halaman Tamansari yang dapat dipertimbangkan oleh pihak Café Halaman Tamansari.

1. *Event marketing* melalui dimensi *entertainment*, *excitement* dan *enterprise* dengan 15 item pertanyaan mendapat penilaian yang masuk dalam kategori tinggi, dalam hal ini *excitement* memiliki pengaruh yang paling tinggi sehingga strategi ini harus dipertahankan oleh pihak Café Halaman. Sedangkan *enterprise* mendapat penilaian paling rendah sehingga Café Halaman lebih meningkatkan lagi kinerja staf *marketingnya* dalam mendekorasi panggung dan memberikan bermacam games atau aktivitas yang menarik saat *event* berlangsung serta lebih komunikatif lagi dalam menginformasikan tentang event yang diadakan dengan cara yang kreatif.
2. Keputusan pembelian pada Cafe Halaman Tamansari sudah mendapatkan penilaian yang tinggi dari responden. Dilihat dari jawaban semua responden dimensi jumlah pembelian mendapatkan penilaian paling tinggi, diharapkan pihak resto agar dapat mempertahankan yang sudah baik dan meningkatkan kualitas serta berinovasi melalui menyediakan produk yang special sesuai dengan tema *event* sehingga para tamu dapat merasakan kepuasan saat membeli dan metode pembayaran mendapatkan penilaian paling rendah sehingga pihak resto harus lebih meningkatkan fasilitas serta kinerja dari para staff agar para tamu bisa melakukan pembayaran dengan mudah.
3. Dari hasil penelitian ini, pelaksanaan *event marketing* mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian di Café Halaman Tamansari. Oleh karena itu, secara keseluruhan perusahaan harus lebih mengembangkan *event marketing* sebagai suatu strategi pemasaran, meningkatkan kesadaran masyarakat akan *event* yang diadakan dan menguatkan kesan merek di benak tamu Café Halaman Tamansari bahwa Café Halaman Tamansari merupakan tempat yang nyaman, unik dan menarik untuk dikunjungi. Perusahaan dapat pula melakukan riset mengenai sejauh mana tingkat penilaian tamu mengenai *event*

yang diadakan dan pelayanan yang diberikan Café Halaman Tamansari melalui *guest comment*, sehingga hasilnya dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam merancang program pemasaran yang lebih efektif. Dalam hal ini *excitement* terhadap keputusan pembelian memiliki nilai tertinggi sehingga harus dipertahankan, hiburan yang diberikan melalui *event* harus lebih menarik lagi sehingga calon konsumen berminat untuk mengunjungi Café Halaman Tamansari misalnya: *genre* yang diadakan lebih bervariasi namun tidak terlepas dari konsep Café Halaman itu sendiri seperti *Akustik, Blues, Country*, atau *Indie* yang digemari oleh anak-anak sehingga memperluas jangkauan target dari bermacam golongan usia dan genre musiknya, juga perlu meningkatkan keputusan pembelian dengan misalnya pada saat *event* berlangsung Cafe Halaman menyediakan stand makanan atau minuman produk tingkat *awareness* belum maksimal sehingga saat *event* *awareness* konsumen akan produk tersebut dapat meningkatkan atau menyediakan produk khusus disesuaikan dengan tema dari *event*. Mengingat bahwa usaha restoran di Kota Bandung merupakan suatu jenis usaha yang memiliki potensi yang cukup baik, Cafe Halaman Tamansari harus terus mempertahankan kualitas pelayanan, dengan selalu memperhatikan *standard operating procedure* para karyawan, seperti pelayanan yang diberikan oleh karyawan kepada pengunjung, baik sikap para karyawan, keramahan karyawan, komunikasi yang dilakukan karyawan sehingga menghasilkan pelayanan yang prima. Dengan demikian diharapkan pengunjung pun merasa puas dan tertarik untuk terus kembali menggunakan produk yang ditawarkan di Cafe Halaman Tamansari.