

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan melalui analisis deskriptif dan verifikatif dengan menggunakan *path analysis* mengenai variasi produk terhadap volume penjualan pada Rumah Makan Bakmi Jogja Pak Roso Jl. Panatayuda, Jl. H. Wasid Kota Bandung, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Dilihat berdasarkan dimensi ukuran suatu porsi, Bakmi Jogja yang dijual kepada konsumen, mendapatkan keinginan konsumen agar dapat membeli kembali. Harga yang relatif terjangkau dan porsi yang cukup mengenyangkan, membuat konsumen yang membeli yaitu pelajar dan mahasiswa menilai bahwa porsi Bakmi jogja sangat *variatif* dengan uang saku mereka.

Dalam kategori harga, yang cukup terjangkau oleh pelajar dan mahasiswa, maka keinginan untuk membeli Bakmi Jogja ini sangat antusias. Begitu pula dengan suasana rumah makan yang asri, bersih serta nyaman, membuat konsumen sudah tidak memikirkan kembali harga yang ditawarkan. Kepuasan konsumen dapat dilihat dari banyaknya konsumen berkunjung dan kembali membeli.

Semua menu makanan disajikan dengan tampilan yang rapi, bersih serta warna makanan yang segar, dapat menggugah selera konsumen agar mencicinya. Makanan tersebut disajikan langsung setelah proses pemasakan akan menambah nilai sajian yang dapat menimbulkan rasa penciuman yang nikmat. Melalui hasil

gambaran dimensi tampilan yang diberikan oleh konsumen terhadap rumah makanan tergolong pada kategori *menarik*.

Berdasarkan hasil gambaran dimensi kesesuaian dalam penyajian, pelayanan, suasana, kebersihan dan sebagainya, konsumen telah memberikan nilai yang baik pada Rumah Makan Bakmi Jogja. Besarnya kepercayaan konsumen terhadap Rumah Makan Bakmi Jogja iniberada dalam kategori *sesuai* dengan harapan yang diinginkan oleh konsumen.

Volume Penjualan RM. Bakmi Jogja yang diukur melalui dimensi Kualitas produk, Selera konsumen, Servis (pelayanan), seta Penurunan Harga Jual berada dalam kategori tinggi. Dimensi yang paling tinggi skornya adalah pilihan Servis (pelayanan), yaitu dari segi pelayanan yang diberikan oleh waiter dan waitress terhadap konsumen yang telah sesuai dengan harapan konsumen.

Terdapat pengaruh variasi produk terhadap volume penjualan pada RM. Bakmi Jogja Pak Roso secara simultan, dengan menggunakan Uji F, hasil yang dihasilkan $F_{hitung} \geq F_{table}$ yaitu H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya secara simultan (keseluruhan) dapat dijelaskan bahwa terdapat pengaruh antara variasi produk yang terdiri dari sub variable tampilan (X_1), dan kesesuaian (X_2) terhadap Volume Penjualan (Y).

1.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, maka penulis merekomendasikan beberapa hal mengenai penerapan variasi produk yang dapat meningkatkan volume penjualan, yaitu :

Dalam meningkatkan volume penjualan maka perusahaan RM. Makan Bakmi Jogja Pak Roso disarankan untuk melakukan pembenahan, diantaranya

memberikan perhatian khusus pada dimensi variasi produk yang terdiri dari ukuran atau porsi dicocokkan dengan tempat sajian makanan (piring atau mangkuk) serta alat bantu yang dipakai seperti sendok dan garpu, harga yang relatif terjangkau oleh pangsa pasar (konsumen), tampilan makanan seperti penambahan garnish (hiasan makanan) dan warna makanan yang menarik (Fresh) kemudian kesesuaian dari pelayanan yang ramah tamah, memberikan senyuman, sapaan dan ucapan terima kasih setelah transaksi pembelian, serta memberikan suasana tempat yang bersih dan nyaman.

Dengan program menambah variasi produk baru dapat meningkatkan konsumen untuk menambah daya beli Bakmi Jogja Pak Roso. Dari beberapa dimensi variasi produk, dapat dikembangkan dan ditingkatkan kembali agar lebih mencapai target penjualan yang diharapkan perusahaan.

Berdasarkan tanggapan mengenai variasi produk terlihat dari dimensi harga masih terlihat rendah. Harga dari variasi produk merupakan faktor yang penting dalam menciptakan volume penjualan. Namun, perusahaan sebaiknya menambahkan beberapa menu baru dengan menambahkan rasa menu yang bermacam-macam, kemudian harga dapat menyesuaikan dengan bahan baku yang dikeluarkan setiap porsinya. Maka konsumen dapat memilih menu yang bervariasi tersebut dengan harga yang berbeda namun dapat memuaskan harapan dari produk yang mereka beli.