

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Berikut simpulan yang diperoleh dari tujuan penelitian yang telah dilakukan pada bab sebelumnya:

1. Persepsi wisatawan terhadap restoran Sunda di wilayah Kota Sukabumi dalam kategori baik, hasil dari tingkat persepsi konsumen adalah 78,77%. Jumlah itu didapat dari kuesioner yang dibagikan wisatawan sebagai konsumen.
2. Gambaran keputusan pembelian di restoran Sunda di wilayah Kota Sukabumi cukup baik, hal ini dapat dibuktikan dari hasil perolehan kuesioner yaitu 80,3% dimensi keputusan pembelian tercapai. Jumlah itu didapat dari dimensi keputusan pembelian yang dimana merupakan tahapan dari proses keputusan pembelian.
3. Persepsi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di restoran Sunda di wilayah Kota Sukabumi. Hasil dari uji-f menunjukkan bahwa nilai  $f$  hitung sebesar 31,907 dengan nilai  $f$  tabel sebesar 1,29025. Semakin baik persepsi konsumen terhadap restorna, maka semakin tinggi pula keputusan pembelian produknya.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan uraian kesimpulan diatas, maka penulis menyarankan hal-hal sebagai berikut dengan harapan dapat memberikan manfaat dan masukan bagi pihak pengelola restoran dalam persepsi konsumennya maupun menciptakan produk yang sesuai dengan persepsi konsumen. Berikut adalah saran-saran yang mungkin bermanfaat bagi pengelola restoran:

- a. Berdasarkan uraian data sebelumnya, dari semua dimensi persepsi, sikap responden mengenai restoran memiliki skor paling rendah. Oleh karena itu sebaiknya dilakukan perbaikan citra restoran pada wisatawan sebagai konsumen. Hal yang dapat dilakukan untuk perbaikan citra adalah

peningkatan kualitas produk dan jasa serta kenyamanan wisatawan ketika berkunjung ke restoran Sunda di wilayah Kota Sukabumi.

- b. Berdasarkan uraian data sebelumnya, dari semua dimensi keputusan pembelian, pilihan produk memiliki nilai skor paling rendah. Oleh sebab itu sebaiknya pengelola restoran memperhatikan lagi kualitas produk, seperti variasi dan kemenarikan makanan Sunda sebagai produk yang ditawarkan.
- c. Berdasarkan uraian data sebelumnya, persepsi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di restoran Sunda di wilayah Kota Sukabumi dilihat dari Uji F. Maka untuk mendapat keputusan pembelian yang maksimal, pengelola restoran harus memperhatikan citranya dimata wisatawan sebagai konsumen dengan memperbaiki semua dimensi persepsi dan keputusan pembelian di restorannya.