

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai *dining atmospherics* terhadap keputusan pembelian di Rumah Makan Saung Syuro dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda, maka diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil rekapitulasi penilaian konsumen mengenai *dining atmospherics* di Rumah Makan Saung Syuro, menyatakan bahwa variabel *dining atmospherics* mendapatkan total skor 6155 yang berarti bahwa variabel ini berada pada posisi penilaian dengan hasil yang tinggi. Untuk dimensi yang memiliki skor tertinggi adalah *style*. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa konsep Rumah Makan Saung Syuro mampu menciptakan daya tarik bagi konsumen. Selain konsepnya yang menarik, Rumah Makan Saung Syuro juga memiliki desain eksterior yang unik dan berbeda dari rumah makan lainnya. Oleh karena itu rumah makan ini dinilai unik dan menarik. Sedangkan untuk dimensi dengan skor terendah adalah *lighting*. Bagi konsumen pencahayaan di Rumah Makan Saung Syuro masih belum maksimal. Terutama bagi konsumen yang datang pada malam hari. Karena adanya beberapa area yang masih terlihat kurang terang. Bagi konsumen yang datang pada siang hari, pencahayaan bukan suatu masalah karena pada siang hari tidak memerlukan adanya penerangan. Rumah Makan Saung Syuro memiliki konsep rumah makan yang terbuka sehingga pencahayaan hanya diperlukan untuk malam hari dan saat-saat tertentu.
2. Berdasarkan hasil rekapitulasi penilaian konsumen mengenai keputusan pembelian di Rumah Makan Saung Syuro, hasil skor paling tinggi adalah pada dimensi metode pembayaran. Hal itu menjelaskan bahwa metode pembayaran di Rumah Makan Saung Syuro dinilai mudah, aman dan efisien. Konsumen bisa menentukan jenis pembayaran yang akan dilakukan. Sedangkan untuk skor paling rendah adalah jumlah pembelian. Konsumen membeli produk sesuai dengan apa yang mereka inginkan dan butuhkan. Banyaknya jumlah pembelian konsumen bisa

Nurul Firdho, 2019

**PENGARUH DINING ATMOSPHERICS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI
RUMAH MAKAN SAUNG SYURO MAJALENGKA**

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

dipengaruhi oleh variasi menu yang terbatas, harga yang terlalu mahal atau jumlah orang yang mereka ajak berkunjung.

3. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai *dining atmospherics* terhadap keputusan pembelian di Rumah Makan Saung Syuro, dari enam dimensi terdapat empat dimensi diantaranya yang memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian yaitu *style*, *layout*, *lighting* dan *ambience*. Sedangkan dua dimensi yang tidak berpengaruh adalah *colour dan furnishing*. Rumah Makan Saung Syuro telah membuat konsep semenarik mungkin agar konsumen datang berkunjung. Hal-hal lain seperti desain interior, ekterior, dan arsitektur juga disesuaikan dengan konsep agar terlihat lebih sempurna. Didukung dengan pemilihan lokasi yang berada di sekitar persawahan, sehingga konsumen dapat menikmati pemandangan alam yang indah. Rumah Makan Saung Syuro juga memberikan pelayanan sebaik mungkin dan menawarkan produk dengan kualitas yang baik. Sehingga dengan adanya pelayanan, kualitas produk serta suasana yang menyenangkan diharapkan akan membuat konsumen terus melakukan pembelian ulang. Konsep rumah makan merupakan salah satu aspek guna meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Hal lain yang dapat dikembangkan selain konsepnya adalah penataan ruang, pengaturan pencahayaan, pemilihan furniture, pemilihan warna, serta penciptaan suasana makan itu sendiri. Dari beberapa aspek tersebut konsumen akan memiliki penilaian yang berbeda. Konsumen menilai penting atau tidaknya dimensi tersebut berdasarkan apa yang mereka lihat dan rasakan ketika telah melakukan kunjungan maupun pembelian.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti memberi beberapa rekomendasi yang terkait dengan faktor-faktor yang membentuk *dining atmospherics* serta pengaruhnya terhadap keputusan pembelian. Berikut adalah penjelasannya ;

1. *Dining atmospherics* merupakan variabel yang terdiri dari dimensi *style*, *layout*, *colour*, *lighting*, *furnishing* dan *ambience*. Berdasarkan hasil rekapitulasi tanggapan konsumen terhadap *dining atmospherics*, dimensi *style* memiliki nilai skor tertinggi dibandingkan dengan dimensi lainnya. Hal tersebut menjelaskan bahwa konsumen merasa tertarik pada Rumah Makan Saung Syuro berdasarkan konsep yang

Nuril Firdho, 2019

**PENGARUH DINING ATMOSPHERICS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI
RUMAH MAKAN SAUNG SYURO MAJALENGKA**

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

dimilikinya. Bukan hanya konsepnya yang menarik, melainkan perpaduan interior, eksterior serta arsitekturnya juga mempengaruhi daya tarik konsumen. Dengan konsep lesehan dan dibentuknya saung-saung membuat rumah makan ini berbeda dari rumah makan lainnya. Didukung dengan menu makanan yang tentunya disesuaikan dengan konsepnya yaitu menyediakan makanan khas sunda. Sedangkan untuk dimensi dengan nilai skor paling rendah adalah *lighting* atau pencahayaan. Dalam hal ini konsumen menilai bahwa pencahayaan di Rumah Makan Saung Syuro masih kurang maksimal. Karena adanya beberapa area yang masih terlihat gelap terutama pada malam hari dan sore hari menjelang malam. Konsumen menilai pemilihan jenis lampu yang digunakan sudah sesuai dengan konsep rumah makannya. Namun karena lokasinya yang berada disekitar persawahan, sehingga area yang kurang pencahayaannya akan terlihat sangat jelas. Berbeda dengan rumah makan lain yang berdiri di tengah kota akan terlihat lebih terang karena berada pada keramaian.

2. Berdasarkan hasil penelitian, sebagian besar konsumen menyatakan bahwa mereka baru pertama kali berkunjung dan melakukan pembelian di Rumah Makan Saung Syuro. Hanya sedikit konsumen yang telah berkunjung lebih dari 5 kali. Hal itu bisa disebabkan oleh berbagai faktor yang membuat konsumen tidak melakukan pembelian ulang. Salah satunya adalah suasana ketika konsumen berada di rumah makan. Oleh karena itu, untuk membuat konsumen merasa nyaman dan melakukan pembelian, perlu adanya beberapa tindakan diantaranya :
 - a. Salah satu dimensi yang dinilai baik oleh konsumen adalah *style* yang dimiliki Rumah Makan Saung Syuro. *Style* merupakan salah satu dimensi yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Sehingga Rumah Makan Saung Syuro dapat lebih meningkatkan lagi *style* yang telah ada dengan cara memperindah arsitektur bangunan yang dinilai kurang baik bagi konsumen. Karena arsitektur dapat mempengaruhi ketertarikan konsumen. Arsitektur yang baik dan sesuai dengan konsep akan menciptakan kenyamanan. Bukan hanya arsitektur bangunannya yang perlu ditingkatkan, desain interior dan eksterior juga merupakan bagian penting. Dengan melakukan penataan kembali terhadap taman serta kolam ikan, misalnya dengan mengganti beberapa tanaman yang dinilai tidak sesuai atau tidak enak dilihat dan mengganti tanaman pot yang ukurannya terlalu besar dengan tanaman-tanaman hias agar memperindah tampilan rumah makan. Serta perlu adanya penambahan tanaman di area kolam ikan agar tidak terlihat terlalu gersang. Untuk peningkatan desain interior

dapat dilakukan dengan mengubah tampilan saung, dengan cara menata ulang dekorasi agar terlihat rapi atau mengganti dekorasi yang lebih sesuai dengan konsep rumah makan.

- b. Dimensi lain yang dinilai baik oleh konsumen adalah *layout*. Konsumen menilai tata letak meja, dekorasi maupun petunjuk arah sudah cukup baik. Terutama dalam hal tata letak meja. Karena setiap saung kecil memiliki satu meja dengan kapasitas 6-8 orang, sehingga konsumen tidak akan merasa berdesakan. Namun untuk saung dengan ukuran paling besar, terdapat beberapa meja dan tanpa adanya sekat. Sehingga jika ada banyak konsumen yang berkunjung akan terasa padat. Oleh karena itu, lebih baik jika saung tersebut juga diberi sekat antara meja satu dengan lainnya. Agar setiap konsumen dapat makan dengan nyaman dan memiliki privasi masing-masing. Selain tata letak meja, konsumen juga menilai bahwa penempatan petunjuk arah dinilai sudah cukup baik misalnya arah toilet, mushola dan kasir. Namun bagi konsumen yang baru pertama kali datang mungkin akan tetap merasa bingung. Karena tulisan dalam petunjuk arah tersebut kurang besar. Terutama bagi konsumen yang memiliki penglihatan kurang jelas. Sehingga perlu adanya perbaikan ukuran tulisan untuk beberapa petunjuk arah yang ada.
- c. Selain *style* dan *layout*, dimensi *lighting* juga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. meskipun nilai skor yang didapat paling rendah. Namun *lighting* dianggap penting bagi konsumen. Karena bagi konsumen yang ingin berkunjung pada malam hari akan melakukan banyak pertimbangan jika kondisi pencahayaannya kurang baik. Maka dari itu perlu adanya penambahan lampu atau penggantian lampu yang lebih terang di area yang masih terlihat gelap. Agar konsumen yang berkunjung malam hari merasa nyaman dan aman.
- d. Dan dimensi keempat yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian adalah *ambience*. Hal-hal yang terkait didalamnya meliputi suhu udara, aroma serta musik yang diputar. Untuk musik yang diputar dinilai sudah cukup sesuai dengan konsep restorannya. Musik dianggap penting karena mampu mempengaruhi suasana hati konsumen saat berada di rumah makan. Sesuai dengan konsepnya, Rumah Makan Suang Syuro adalah rumah makan tradisional sunda sehingga jenis musik yang diputar harus jenis musik sunda. Didukung juga dengan lokasinya di

Nuril Firdho, 2019

PENGARUH DINING ATMOSPHERICS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RUMAH MAKAN SAUNG SYURO MAJALENGKA

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

sekitar persawahan sehingga akan terasa aneh dan membuat konsumen kurang nyaman jika musiknya berbeda. Untuk suhu udara dan aroma, konsumen akan memiliki penilaian yang berbeda. Tergantung waktu pembelian yang ditentukan. Bagi konsumen yang berkunjung pada pagi, sore serta malam akan merasakan udara yang sejuk. Namun bagi konsumen yang berkunjung pada siang hari tentunya akan merasa udaranya panas. Karena saung-saungnya bersifat terbuka sehingga suhu udara dan aroma tergantung pada cuaca dan tidak dapat di ubah.

- e. Selain empat dimensi yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian, terdapat dua dimensi lainnya yang hasilnya tidak signifikan atau tidak memiliki pengaruh, yaitu *colour* dan *furnishing*. Meskipun *colour* dinilai tidak berpengaruh namun tetap harus diperhatikan karena *colour* juga dapat mendukung dimensi lainnya. Konsumen menilai bahwa pemilihan warna sudah sesuai dengan konsep rumah makan, baik itu warna dinding maupun warna furniture yang digunakan. Pemilihan dan perpaduan warna disesuaikan dengan warna logo dan konsep rumah makan. Agar terlihat serasi dan nyaman. Namun konsumen menilai bahwa warna seragam yang dipakai oleh karyawan kurang sesuai dengan konsepnya. Karyawan Rumah Makan Saung Syuro memiliki beberapa seragam yang digunakan. Dan dengan warna yang berbeda. Salah satu seragam yang dipakai memiliki warna terang sehingga dinilai tidak sesuai dengan konsep. Bahkan untuk baju batik yang digunakan tidak sama atau tidak seragam. Batik yang digunakan merupakan batik pribadi yang dimiliki oleh masing-masing karyawan. Sehingga warnanya pun sudah jelas akan berbeda-beda. Dalam hal ini akan lebih baik jika warna seragam disesuaikan dengan warna yang terkandung dalam logo maupun warna yang sesuai dengan konsepnya. Agar terlihat lebih sesuai dan serasi.
 - f. Untuk dimensi *furnishing* dinilai tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Karena sebagian konsumen tidak memperhatikan furniture yang digunakan. Untuk beberapa konsumen menilai furniture yang digunakan sudah cukup baik. Furniture yang digunakan seharusnya dipilih berdasarkan bahan yang bagus. Serta memiliki desain yang menarik. Agar konsumen merasa nyaman. Konsumen akan menilai segala sesuatu yang ada sesuai dengan apa yang mereka lihat dan rasakan. Sehingga perlu adanya peningkatan maupun perbaikan dalam berbagai hal agar menciptakan kesan positif bagi konsumen.
3. Penulis merasa bahwa penelitian ini masih memiliki banyak kekurangan. Diantaranya dalam hal menemukan teori-teori yang

berkaitan. Hal itu dikarenakan adanya keterbatasan buku maupun jurnal yang digunakan. Peneliti menyarankan agar dalam penelitian selanjutnya yang mengambil tema *dining atmospherics* terhadap keputusan pembelian bisa lebih mendalami teori-teori yang digunakannya. Serta dapat menambah referensi yang lebih banyak lagi. Peneliti juga berharap agar penelitian selanjutnya menggunakan metode penelitian serta objek yang berbeda, agar dapat dibandingkan dengan penelitian sebelumnya. Namun jika adanya kesamaan dalam objek penelitian, diharapkan peneliti selanjutnya mengangkat tema yang berbeda yang sesuai dengan permasalahan pada objek tersebut. Agar adanya perkembangan pada objek tersebut, dan adanya peningkatan jumlah kunjungan serta penjualannya.