

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan yang telah dilakukan dengan menggunakan regresi berganda secara deskriptif verifikatif antara bauran pemasaran terhadap kepuasan konsumen pada konsumen Rumah Makan Ikan Bakar Ciwidey, maka dari penelitian tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa Produk dalam bauran pemasaran secara parsial tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Hal ini terbukti dengan nilai signifikansi yang memperoleh sebesar $0.422 > 0.05$ dan t hitung $-0.807 < 1.291$. Artinya variabel produk dalam bauran pemasaran tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Ikan Bakar Ciwidey. Harga dalam bauran pemasaran secara parsial tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Hal ini terbukti dengan nilai signifikansi yang memperoleh sebesar $0.071 > 0.05$ dan t hitung $1.825 > 1.291$. Artinya variabel harga dalam bauran pemasaran tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Ikan Bakar Ciwidey. Tempat dalam bauran pemasaran secara parsial tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Hal ini terbukti dengan nilai signifikansi yang memperoleh sebesar $0.149 > 0.05$ dan t hitung $1.455 > 1.291$. Artinya variabel tempat dalam bauran pemasaran tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Ikan Bakar Ciwidey. Promosi dalam bauran pemasaran secara parsial tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Hal ini terbukti dengan nilai signifikansi yang memperoleh sebesar $0.116 > 0.05$ dan t hitung $-1.588 > 1.291$. Artinya variabel promosi dalam bauran pemasaran tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Ikan Bakar Ciwidey. Orang dalam bauran pemasaran secara parsial tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Hal ini terbukti dengan nilai signifikansi yang memperoleh sebesar $0.160 > 0.05$ dan t hitung $1.417 > 1.291$. Artinya variabel orang dalam bauran pemasaran tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Ikan Bakar Ciwidey. Bukti fisik dalam bauran pemasaran secara parsial yang memiliki pengaruh signifikan. Hal ini terbukti dengan nilai signifikansi yang memperoleh sebesar $0.038 < 0,05$ dan t hitung $2.111 > 1.291$. Artinya variabel bukti fisik dalam bauran pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Ikan Bakar Ciwidey. Proses dalam bauran pemasaran secara parsial yang memiliki pengaruh signifikan. Hal ini terbukti dengan nilai signifikansi yang memperoleh sebesar $0.000 < 0,05$ dan t hitung $4.911 > 1.291$. Artinya variabel proses berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Ikan Bakar Ciwidey.

Jadi secara keseluruhan dalam variabel bauran pemasaran yang berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen hanya terdapat pada elemen bukti fisik dan proses. Sedangkan elemen yang lainnya tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen dan dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Nesa Laila Firdaus, 2020

PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI RUMAH MAKAN IKAN BAKAR CIWIDEY
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan penulis, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Perusahaan hendaknya menurunkan harga penjualannya tetapi tidak mengurangi kualitas produk yang sudah ada, karena dalam penelitian ini variabel bauran pemasaran di Rumah Makan Ikan Bakar Ciwidey dengan penilaian terendah adalah harga yang ditawarkan tinggi. Contohnya harga ikan bakar gurame senilai Rp. 190.000 bisa untuk 4-5 orang. Untuk itu saran yang diberikan sebaiknya pihak Rumah Makan Ikan Bakar Ciwidey mempertimbangkan kembali dalam menentukan harga dengan cara membandingkan dengan harga pasaran/pesaing terdekat.

Berdasarkan fakta lapangan yang ada, penulis melihat banyaknya lalat yang berkeliaran di sekitar meja makan yang diakibatkan dekatnya meja makan dengan kolam ikan sehingga menyebabkan adanya lalat yang berterbangan di sekitar meja makan, sehingga dapat mengakibatkan hinggapnya lalat pada makanan. Karena dengan hinggapnya lalat terhadap makanan akan menyebabkan penyakit seperti diare. Untuk itu saran yang diberikan sebaiknya pihak Rumah Makan Ikan Bakar Ciwidey menyediakan lem lalat / fly catcher untuk mengurangi kontaminasi dari lalat ke makanan.

Berdasarkan fakta lapangan yang ada, penulis melihat tampilan hidangan yang disajikan ketinggalan zaman atau tidak menarik. Untuk itu saran yang diberikan sebaiknya pihak Rumah Makan Ikan Bakar Ciwidey memperbaiki tampilan hidangan yang disajikan dengan lebih menarik lagi dengan banyak melihat referensi tampilan hidangan yang sedang tren. Sehingga akan membuat konsumen menjadi puas dalam segi visual dan memenuhi kebutuhan konten, karena pada zaman sekarang (milenial) konsumen akan me-posting di sosial media yang mereka punya.

Berdasarkan fakta lapangan yang ada, penulis juga melihat penampilan karyawan yang masih tidak disiplin, contohnya ada beberapa karyawan yang tidak mengenakan seragam dan ada yang menggunakan jaket ketika melayani tamu. Untuk itu saran yang diberikan sebaiknya pihak Rumah Makan Ikan Bakar Ciwidey memperhatikan penampilan karyawannya.

Berdasarkan fakta lapangan yang ada, penulis melihat bahwa kurangnya promosi di Rumah Makan Ikan Bakar Ciwidey, contohnya seperti promosi di sosial media

maupun website yang mereka miliki kurang dimanfaatkan dengan maksimal. Untuk itu saran yang diberikan sebaiknya pihak Rumah Makan Ikan Bakar Ciwidey memperhatikan promosi agar dapat memaksimalkan pemasaran. Karena untuk di era sekarang hampir semua kalangan memiliki sosial media, maka dari itu pihak Rumah Makan Ikan Bakar Ciwidey sebaiknya memaksimalkan dalam menggunakan sosial media yang mereka punya.

Berdasarkan fakta lapangan yang ada, penulis melihat bahwa konsumen menyukai tempat dan suasana dari Rumah Makan Ikan Bakar Ciwidey. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai tempat yang memperoleh skor tertinggi diantara variabel lainnya. Maka diharapkan pihak Rumah Makan Ikan Bakar Ciwidey dapat mempertahankan kesejukan dan kenyamanan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Sebaiknya menambah variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, baik dari faktor-faktor yang sudah dijelaskan dalam bauran pemasaran tetapi lebih mendetail maupun dari faktor-faktor lainnya. Peneliti selanjutnya juga dapat memperbanyak instrumen penelitian agar dapat diperoleh hasil penelitian yang lebih baik dan akurat. Peneliti selanjutnya dapat menambah jumlah sampel yang diteliti dan populasi penelitian tidak hanya pada konsumen yang dari kota-kota terdekat, tetapi dapat diperluas pada konsumen dari kota lainnya yang dapat memperkuat hasil penelitiannya.