

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan menggunakan analisis deskriptif dan verifikatif, dan menggunakan *path analysis* antara pengaruh *servicescape* terhadap keputusan pembelian di Etcetera Café and Resto Bandung, maka dapat ditarik kesimpulan:

1. Secara umum konsep *servicescape* di Etcetera Café and Resto Bandung yang terdiri dari *ambient conditions*, *spatial layout*, *sign and symbol* telah sesuai dengan dan telah diterapkan secara baik. Terutama pengaruh dari *sign and symbol*, hal ini dikarenakan *sign and symbol* merupakan hal mendasar untuk membangun rasa ingin melakukan pembelian di sebuah restoran dengan terciptanya suatu citra dari para konsumen sejak melihat dekorasi, dan symbol-symbol yang terdapat. Kemudian *ambient conditions* yang menjadi daya tarik estetika dengan terciptanya kenyamanan dari suhu, udara, suasana, dan kebersihan, bau yang ada di Etcetera café and Resto Bandung. Faktor yang lain adalah *spatial layout* berdasarkan keadaan dilapangan *spatial layout* yang diberikan kepada konsumen Etcetera Café and Resto Bandung sudah cukup memadai dan dapat menimbulkan persepsi baik kepada para kosnumen yang melakukan pembelian.

2. Penilaian untuk keputusan pembelian yang dilakukan oleh para konsumen Etcetera Café and Resto Bandung dilihat dari pilihan produk, pilhan merek, pilihan penyalur, waktu pembelian, dan jumlah pembelian. Dimensi tertinggi dari keputusan pembelian merupakan pilihan produk, dimensi tersebut memiliki nilai tertinggi dibandingkan dimensi-dimensi lainnya. Hal ini dikarenakan produk-produk yang disediakan oleh Etcetera Café and Resto Bandung memiliki keunggulan dan keunikan tersendiri dibandingkan para pesaing restoran serupa lainnya.
3. Berdasarkan pengujian hipotesis menunjukkan *servicescape* di Etcetera Café and Resto Bandung yang terdiri dari *ambient conditions*, *spatial layout*, *sign and symbol* memiliki pengaruh positif yang tinggi terhadap keputusan pembelian, baik secara simultan, dan parsial. Secara parsial dan simultan *sign and symbol* memiliki pengaruh paling besar dibandingkan dimensi-dimensi lainnya, dan terbukti mampu meningkatkan keputusan pembelian di Etcetera Café and Resto Bandung.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, maka penulis menyarankan hal-hal sebagai berikut, dengan harapan dapat memberikan masukan bagi kesuksesan Etcetera Café and Resto Bandung.

1. *Servicescape* terbukti mampu mempengaruhi keputusan pembelian, namun pada saat ini masih terdapat kekurangan dan harus diperbaiki untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen. *Spatial layout* memiliki penilaian terendah dibandingkan *sign and symbol, spatial layout*. Oleh karena itu perlu adanya perluasan lapangan parkir, pergantian peralatan-peralatan makan konsumen, meja-meja dan kursi pun harus adanya perbaikan, karena terdapat beberapa kursi dan meja yang sudah goyang, yang kemudian akan menciptakan ketidaknyamanan konsumen.
2. Secara keseluruhan *servicescape* yang diterapkan sudah baik, dan mendapatkan nilai-nilai positif dari para konsumen yang melakukan pembelian. Hal ini perlu dipertahankan, dan ditingkatkan kembali.
3. Keputusan pembelian yang terjadi di Etcetera café and Resto Bandung sudah cukup baik, tetapi masih ada beberapa kekurangan seperti pilihan merek yang terjadi, harus adanya peningkatan pada merek melalui strategi pemasaran yang lain karena hal tersebut dapat membentuk niat, dan keputusan pembelian.
4. Setiap penelitian tentunya memiliki kekurangan dan keterbatasan, begitu juga dengan penelitian ini yang memiliki keterbatasan karena hanya dilakukan pada konsumen yang berkunjung ke Etcetera café and Resto Bandung yang diukur melalui strategi pemasaran *servicescape*. Sebagai bahan rekomendasi bagi para peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian secara keseluruhan, hingga terciptanya rasa puas, dan loyal terhadap Etcetera Café and Resto Bandung.