

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

- 1) Adapun masing-masing sub variabel perbedaan individu dapat dilihat dari dimensi sumber daya, konsumen Batagor Riri sebagian besar memiliki sumber daya konsumen dilihat dari sumber daya ekonomi, temporal dan kognitif. Konsumen memiliki motivasi yang hampir seluruhnya untuk mencapai tujuan dalam memenuhi kebutuhannya serta keterlibatan mereka sebagian besar dilihat dari pertimbangan pribadi dan situasi lalu pengetahuan mereka terhadap Batagor Riri sebagian besar dan dalam sikap konsumen terhadap produk yang ditawarkan Batagor Riri sebagian besar. Konsumen Batagor Riri memiliki kepribadian dilihat dari pernyataan sebagian besar kesesuaian terhadap produk Batagor Riri. Konsumen Batagor Riri memiliki kesesuaian hampir seluruhnya dilihat pada gaya hidup melalui kegiatan dan minat serta konsumen hampir seluruhnya memiliki kesesuaian terhadap nilai yang didapat dari produk yang ditawarkan Batagor Riri.
- 2) Tanggapan responden mengenai keputusan pembelian yang memiliki dimensi pilihan merek, pilihan produk, jumlah pembelian, Adapun

masing-masing sub variabel keputusan pembelian dapat dilihat dari pilihan merek yang memiliki ketertarikan terhadap merek Batagor Riri hampir seluruhnya, lalu konsumen memilih produk Batagor Riri sebagian besar dibandingkan dengan yang lainnya. Saluran pembelian hampir seluruhnya, hal ini menggambarkan kemudahan konsumen dalam mendapatkannya serta jumlah pembelian besar, dimana jumlah pembelian yang dilakukan konsumen hampir seluruhnya bergantung pada kebutuhan dalam mengkonsumsi Batagor Riri.

- 3) Berdasarkan hasil pengujian hipotesis perbedaan individu berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian atau dapat dikatakan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. keputusan pembelian 47,61% dipengaruhi oleh perbedaan individu. Sedangkan faktor lain yang mempengaruhi besarnya 52,39%.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka dapat direkomendasikan hal sebagai berikut :

1. Berknaan dengan perbedaan individu, berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa dimensi sumber daya konsumen pada pelanggan Batagor Riri tidak terlalu baik sehingga rumah makan jajanan khas Kota Bandung ini harus memperhatikannya seperti harga yang ditawarkan kepada konsumen agar terjangkau tidak terlalu mahal, serta perhatian yang lebih kepada konsumen seperti fasilitas yang diberikan pada pelanggan dengan tempat parkir yang

luas, bersih memberikan air putih akan tetapi tetap memperhatikan kualitas produk yang mempunyai rasa yang khas dan nuansa yang berbeda.

2. Berkenaan dengan keputusan pembelian, berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa dimensi pilihan produk rendah, Oleh karena itu, Batagor Riri harus memberikan variasi produk pada rumah makannya sehingga dapat menciptakan suatu nilai tambah bagi perusahaan dan konsumen, karena dapat membantu untuk membedakan merek Batagor Riri dengan yang lain. Kesetiaan konsumen pada Batagor Riri akan meningkat bila nilai kualitas produk terus ditingkatkan.
3. Berkenaan dengan pengaruh lainnya dimana perbedaan individu dapat mempengaruhi pembelian yakni diantaranya dengan tidak adanya paket makanan yang lebih terjangkau dari individu lain sehingga faktor harga dan kesesuaian dengan konsumen kurang dapat dijangkau.

