

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh faktor-faktor bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan Ibu Haji Cijantung Cabang Kota Bandung, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Penilaian responden terhadap faktor-faktor bauran pemasaran mendapat penilaian baik. Faktor-faktor bauran pemasaran terdiri dari produk, harga, tempat, promosi, orang, bukti fisik, dan proses pada umumnya terdapat pada kategori tinggi. Penilaian tertinggi terdapat pada faktor proses yaitu kecepatan dalam proses pelayanan, sedangkan penilaian terendah terdapat pada faktor harga yaitu kesesuaian harga dengan pesaing lainnya.
2. Penilaian responden terhadap keputusan pembelian secara keseluruhan mendapat penilaian baik. Keputusan pembelian secara umum termasuk kategori baik. Terdapat penilaian tertinggi pada pilihan produk yaitu kemenarikan ciri khas makanan dan minuman dengan pesaing lainnya, sedangkan penilaian terendah pada metode pembayaran yaitu kemudahan menyediakan pembayaran menggunakan kartu kredit.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama (simultan) dari faktor-faktor bauran pemasaran terdiri dari produk, harga, tempat, promosi, orang, bukti fisik, dan proses terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan Ibu Haji Cijantung Purwakarta Cabang Kota Bandung.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian mengenai faktor-faktor bauran pemasaran yang terdiri dari : produk, harga, tempat, promosi, orang, bukti fisik, dan proses terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan Ibu Haji Cijantung Cabang Kota Bandung. Penulis mengajukan beberapa rekomendasi yang dapat memberikan manfaat bagi kelangsungan kinerja pemasaran, sebagai berikut :

1. Faktor-faktor bauran pemasaran pada pelaksanaannya telah diterapkan kepada konsumen dengan baik, akan tetapi terdapat faktor yang perlu untuk diperbaiki. Faktor produk, memberikan sebuah inovasi desain makanan dan minuman dengan cara memadukan warna, bentuk, dan daya tarik artistik makanan dan minuman. Faktor harga, pihak pemilik disarankan untuk dapat mencukupi kebutuhan bahan baku produksi yang digunakan sehingga harga jual produk menjadi lebih kompetitif dengan pesaing dan menjadi daya tarik bagi konsumen. Faktor tempat, memperluas menata rapi arena parkir sehingga memberikan kesan lebih nyaman kepada konsumen. Faktor promosi, memberikan promosi seperti diskon seperti pada konsumen yang telah menjadi pelanggan. Faktor orang, memberikan arahan dengan menetapkan seragam karyawan, menjaga kebersihan seragam, dan diberikan pelatihan. Faktor bukti fisik, pihak pemilik dituntut melengkapi kelengkapan bangunan dengan cara memberikan tata ruang dan pencahayaan yang sesuai keinginan para konsumen. Faktor proses, memberikan keseimbangan antara proses pelayanan dan pelatihan kepada karyawan agar proses pelayanan yang diinginkan dapat berjalan dengan baik.

2. Keputusan pembelian pada Rumah Makan Ibu Haji Cijantung dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan transaksi pembelian, terdapat faktor yang perlu untuk lebih ditingkatkan kembali, yaitu kemudahan menyediakan pembayaran menggunakan kartu kredit. Sesuai dengan perkembangan zaman konsumen merasakan kemudahan dengan menggunakan kartu kredit dalam pembayaran. Konsumen sekarang ini telah mengikuti perkembangan, maka pihak pemilik perlu untuk memberikan kemudahan dalam pembayaran menggunakan kartu kredit sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian.
3. Setiap konsumen mempunyai karakteristik yang beragam menurut usia, sebagian besar konsumen berusia 30 hingga 50 tahun disarankan tema yang dipilih cenderung *homy* sehingga akan memberikan kesan nyaman, tetap mempertahankan rasa produk yang alami, pemilihan musik yang digunakan seperti musik tradisional sunda. Menurut pendidikan, konsumen sebagian besar sarjana disarankan memberikan penawaran iklan yang menarik di media cetak dan elektronik, dan menjaga pemilihan bahan baku produksi seperti penggunaan penyedap rasa dikurangi. Menurut status, lebih banyak konsumen yang sudah menikah disarankan menyediakan fasilitas seperti arena bermain, dan menyediakan makanan ringan (*snack*). Menurut pekerjaan, sebagian besar konsumen adalah pegawai swasta disarankan memberikan fasilitas internet atau *wifi*, sarana tempat parkir untuk lebih diperluas, menyediakan kemudahan dalam pembayaran menggunakan kartu kredit, dan memberikan harga promo dengan cara memberikan potongan harga (*diskon*), kupon hingga hadiah yang

menarik. Menurut pendapatan per bulan, konsumen lebih banyak berpendapatan rata-rata Rp 2.000.000-5.000.000, sedangkan menurut pengeluaran per bulan lebih banyak sebesar Rp 50.000-200.000, dan frekuensi pembelian satu bulan terakhir lebih banyak konsumen melakukan pembelian sebanyak 3-5 kali pada kategori ini sasaran konsumen termasuk kalangan menengah disarankan untuk mempertahankan kualitas produk, melengkapi fasilitas internet yaitu *wifi*, dan memberikan penawaran promosi seperti diskon, hadiah pada konsumen yang telah menjadi pelanggan di waktu-waktu tertentu. Maka, pihak pemilik disarankan dapat menciptakan suatu karakteristik agar mendapat sasaran konsumen yang tepat hingga meningkatkan keputusan pembelian berdasarkan usia, status, pekerjaan, pendapatan, pengeluaran, hingga frekuensi pembelian satu bulan terakhir.

4. Merupakan bahan rekomendasi bagi para peneliti berikutnya diharapkan mengungkap kekurangan dari permasalahan sehingga dapat memberikan hasil dan kontribusi yang maksimal baik bagi perusahaan maupun penelitian.