

## BAB V

### KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

#### 5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan kajian teori, hasil penelitian, dan pengujian regresi yang dilaksanakan mengenai pengaruh pembentukan *brand image* terhadap keputusan pembelian di kedai Bumbu Desa dapat disimpulkan sebagai berikut:

Gambaran mengenai *brand image* secara umum mendapatkan penilaian yang baik dari konsumennya.

1. Gambaran responden terhadap Penilaian dari aspek kualitas kedai Bumbu Desa secara keseluruhan baik. Hal ini dapat dilihat dari kualitas makanan dan minuman yang disajikan kepada konsumennya sangat berkualitas dimana produk makanan dan minuman yang disajikan oleh kedai Bumbu Desa menggunakan bahan-bahan yang baik dan melalui proses produksi yang berkualitas sehingga produk yang dihasilkan dapat memuaskan konsumennya.
2. Gambaran responden terhadap penilaian dari aspek variasi dinilai baik oleh konsumennya dapat dilihat dari variasi menu yang disajikan oleh kedai bumbu desa sangat beragam hal ini membuat konsumen dapat memilih produk yang diinginkan dan tidak merasa bosan dengan variasi menu yang ada.
3. Gambaran responden terhadap penilaian dari aspek keunikan dinilai baik oleh konsumennya dapat dilihat dari desain interior dan eksterior menjadi salah satu aspek dari kualitas yang berpengaruh karena menciptakan suasana yang

berbeda dari yang lainnya dapat dilihat dari segi desain interior dan eksterior yang menggambarkan pedesaan sehingga membuat pengalaman baru bagi para pengunjung yang datang ke kedai bumbu desa.

4. Penilaian terendah dari *brand image* yaitu dari segi aspek *service* seperti pelayanan, penyajian makanan dan minuman yang lama sehingga membuat konsumen menjadi kesal. Hal ini dapat menjadi masukan bagi perusahaan untuk memperbaiki tingkat *service* yang diberikan kepada konsumennya yaitu dengan mengadakan pelatihan mengenai pelayanan, sehingga konsumen merasa puas dan nyaman berada di kedai Bumbu Desa.
5. Gambaran responden terhadap penilaian dari aspek *prestise* dinilai baik oleh konsumennya dapat dilihat dari penilaian bahwa konsumen yang datang ke kedai Bumbu Desa bukan sekedar untuk mengkonsumsi produk makanan dan minuman saja tetapi juga dengan berkunjung ke kedai Bumbu Desa menciptakan suatu *prestise* tersendiri yang berdampak pada psikologis konsumen tersebut.
6. Gambaran konsumen mengenai keputusan pembelian di kedai Bumbu Desa secara umum adalah baik, aspek yang mendapat nilai tertinggi adalah berdasarkan pemilihan produk. Produk makanan dan minuman yang beragam dapat membuat konsumen tertarik untuk mengunjungi kedai Bumbu Desa. Hal ini dikarenakan konsumen dapat memilih produk yang disenangi sesuai dengan keinginannya.

7. Gambaran responden terhadap penilaian terendah diperoleh dari aspek penentuan jumlah pembelian. Hal ini dikarenakan kebutuhan mengkonsumsi konsumen disesuaikan dengan kebutuhannya sehingga tingkat penentuan jumlah pembelian menempati peringkat terendah.
8. Penelitian ini menunjukkan bahwa *brand image* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian ke kedai Bumbu Desa. Dimana secara keseluruhan nilai  $t_{hitung}$  yang diperoleh melalui analisis regresi lebih besar di bandingkan  $t_{tabel}$ , artinya semakin baik *brand image* yang ditawarkan maka akan mempengaruhi keputusan pembelian di kedai Bumbu Desa. Dari kelima variabel *brand image* yang terdiri dari kualitas, variasi, keunikan, *service*, dan *prestise*. Kualitas merupakan komponen dari *brand image* yang paling besar kontribusinya dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Kualitas yang ada di kedai Bumbu Desa sangat baik dapat dilihat dari kualitas makanan dan minuman yang disajikan sehingga konsumen dapat menikmati cita rasa khas yang di berikan oleh kedai Bumbu Desa.

## 5.2 REKOMENDASI

Adapun saran yang dapat disampaikan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Secara keseluruhan *brand image* pada kedai Bumbu Desa baik akan tetapi *service* dan *prestise* yang memberikan pengaruh rendah di kedai Bumbu Desa harus mulai dibenahi dengan baik apalagi mengenai *service*, karena *service* yang baik akan membuat konsumen merasa senang dan nyaman berada di

kedai Bumbu Desa. Salah satu caranya untuk meningkatkan *service* yaitu dengan mengadakan pelatihan mengenai pelayanan sesuai dengan SOP.

2. Mengenai tingkat *prestige* yang didapatkan oleh konsumen dengan lebih memperkenalkan logo, *symbol*, gengsi yang didapatkan, juga dengan lebih memperkenalkan kedai Bumbu Desa sebagai merek yang baik dan mempunyai nilai *prestise* tinggi dimata konsumennya, dengan mengikuti *event*, pameran, diskon, iklan-iklan di surat kabar, televisi, dan sebagainya.
3. Tanggapan terhadap keputusan pembelian, penilaian skor terendah terdapat pada indikator penentuan jumlah pembelian. Hal ini perlu adanya sesuatu tindakan yang dilakukan oleh pihak Kedai Bumbu Desa untuk mendorong konsumen untuk melakukan pembelian dalam jumlah banyak, salah satu caranya untuk membuat konsumen melakukan pembelian yaitu dengan menambah variasi menu produk sehingga keinginan untuk membeli konsumen tinggi karena penasaran dengan produk yang ada. Selain itu juga dengan mengadakannya *event* promosi dalam bentuk paket- paket yang membuat konsumen mempunyai keinginan untuk mencoba dan membeli produk tersebut.
4. Kedai Bumbu Desa merupakan salah satu restoran dengan konsep tradisional yang cukup unik, untuk meningkatkan jumlah keputusan pembelian konsumen maka beberapa hal perlu ditingkatkan terutama *service* yang diberikan oleh pihak kedai Bumbu Desa. Peningkatan *service* di kedai Bumbu Desa dengan mengadakan pelatihan mengenai *service* yang baik terhadap

konsumennya sehingga konsumen merasa terlayani dengan baik oleh karyawan Bumbu desa. Selain itu untuk meningkatkan tingkat kunjungan kedai Bumbu Desa melakukan promosi baik melalui media cetak maupun elektronik hal, selain itu juga sebagai mengikuti kegiatan atau *event- event* yang berkaitan dengan pelestarian masakan khas sunda.

5. Membuat terobosan atau inovasi produk baru dan paket-paket yang lebih menarik sehingga konsumen merasa tertarik untuk datang ke Kedai Bumbu Desa untuk mencoba terobosan atau inovasi yang dibuat oleh pihak kedai Bumbu Desa.
6. peneliti menyadari bahwa penelitian ini jauh dari sempurna, selain itu dari hasil penelitian terdapat faktor lain yang ditunjukkan oleh variabel epsilon yang tidak diteliti dalam penelitian ini, oleh karena itu peneliti berharap akan adanya penelitian lanjutan untuk memperoleh hasil yang lebih baik. Sebagai bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya dalam hal meningkatkan keputusan pembelian di kedai Bumbu desa, disarankan untuk melakukan penelitian yang berkaitan dengan :
  - a) *Service*.
  - b) Promosi.
  - c) Pengembangan produk makanan dan minuman yang ada di kedai Bumbu Desa.

