

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan antara lain :

1. Harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen pada Restoran Gudeg Banda.

Menurut Buchari Alma (2005:169) menjelaskan mengenai harga yang bisa dijadikan tolak ukur kualitas produk. Sebagian besar konsumen berpendapat bahwa semakin mahal suatu produk maka semakin berkualitas produk tersebut. Sehingga dapat diasumsikan bahwa harga yang tinggi mempengaruhi kualitas produk yang tinggi pula, sehingga dapat dikaitkan pula kualitas produk yang baik akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Dalam hipotesis menunjukkan asumsi bahwa harga berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian. Karena harga yang tinggi akan mengakibatkan keputusan pembelian yang rendah. Namun, dalam kenyataan hasil penelitian dapat dibuktikan bahwa harga mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 0,413. Menurut klasifikasi analisis korelasi (sugiyono,2008:231) menjelaskan bahwa skala 0,400 – 0,599 adalah menunjukkan keterikatan sedang. Jadi dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

2. Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap keputusan Pembelian pada Restoran Gudeg Banda.

Menurut Kotler dan Amstrong (2006:354) Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan, operasi dan perbaikan serta atribut lainnya. Menurut Fandy Tjiptono (2008:23) mengemukakan bahwa kualitas produk memiliki beberapa dimensi antara lain :

1. Kinerja (*performance*), yaitu berkaitan dengan aspek fungsional dari produk itu yang merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan konsumen ketika ingin membeli suatu produk.
2. Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*feature*), yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap.
3. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to Specification*), yaitu sejauh mana karakteristik dan operasi produk dapat memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
4. Keandalan (*reliability*), yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kegagalan pada waktu konsumen mengkonsumsi.
5. Daya tahan (*Durability*), berkaitan dengan lama produk tersebut dapat terus digunakan.
6. Estetika (*Aesthetic*), yaitu daya tarik produk terhadap panca indra.
7. Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*), merupakan persepsi konsumen terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk.

8. *Serviceability*, meliputi kecepatan, kompetensi, kemudahan, penanganan keluhan yang memuaskan. pelayanan yang diberikan tidak terbatas hanya sebelum penjualan, tetapi juga selama proses penjualan hingga purna jual yang mencakup pelayanan reparasi dan ketersediaan komponen yang dibutuhkan.

Berdasarkan dimensi tersebut dapat diketahui bahwa kualitas produk harus mampu memenuhi keinginan dan kepuasan konsumen sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian yang berulang. Dari hasil pengolahan data hasil penelitian diketahui bahwa restoran Gudeg Banda memiliki kualitas produk yang cukup baik dan berpengaruh cukup besar terhadap keputusan pembelian yaitu sebesar 52,3%. Hal tersebut sekaligus membuktikan bahwa hipotesis minor yaitu kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dapat terbukti dengan tingkat keeratan sedang positif.

3. Harga dan kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen pada Restoran Gudeg Banda.

Menurut Kotler (2003:203) Bahwa kotak hitam perilaku konsumen di pengaruhi oleh kualitas produk dan harga yang ditawarkan. Semakin baik kualitas produk yang dihasilkan maka akan memberikan kesempatan kepada konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Namun, bila harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk dapat diasumsikan bahwa konsumen akan melakukan keputusan pembelian karena harga merupakan penentu standar dari kualitas produk.

Berdasarkan hasil pengolahan data hasil penelitian, dapat diketahui bahwa hasil perhitungan menunjukkan hipotesis mayor yaitu harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen (Studi Pada Restoran Gudeg Banda) dapat dibuktikan dalam tabel 4.52.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diperoleh, maka penulis mengajukan beberapa keromendasi mengenai harga dan kualitas produk untuk meningkatkan keputusan pembelian pada restoran Gudeg Banda sebagai berikut :

1. Variabel harga yang memiliki pengaruh paling besar pada penelitian ini maka harga yang ditetapkan oleh Restoran Gudeg Banda harus dapat disesuaikan dengan jumlah porsi menu, kemampuan daya beli dari konsumen, kualitas produk, manfaat yang dapat diterima konsumen dan harga yang ditetapkan harus dapat bersaing dengan harga dari restoran lain, hal ini guna meningkatkan keputusan pembelian konsumen pada Restoran Gudeg Banda
2. Berkenaan dengan variabel kualitas produk yang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Maka produk yang ditawarkan oleh restoran Gudeg Banda harus dapat menampilkan produk yang menarik, memiliki kualitas produk yang unggul dan sesuai dengan harapan konsumen, desain produk yang baik, bahan baku yang berkualitas, tingkat kematangan yang sesuai, memiliki citra yang baik, dan dari pihak

restoran Gudeg Banda harus cepat, tanggap dan bertanggungjawab dalam pelayanannya sehingga apabila semua aspek tersebut terpenuhi, diharapkan akan didapatkannya suatu proses perubahan keputusan pembelian konsumen untuk terus melakukan pembelian ulang di Restoran Gudeg Banda.

3. Harga dan kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian oleh karena itu manajemen Restoran Gudeg Banda di Kota Bandung sedapat mungkin memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dan terus mengembangkannya sehingga perusahaan akan terus meningkatkan pelanggan dan memperoleh pendapatan maksimal.