

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari pengkajian teori, hasil penelitian dan pengujian regresi yang dilaksanakan mengenai pengaruh strategi *Dinescape* dalam upaya menciptakan keputusan pembelian, telah diperoleh gambaran strategi *Dinescape* yang dilakukan Restoran Kampoeng Sawah secara umum mendapatkan penilaian yang baik dari pengunjung dapat disimpulkan sebagai berikut

1. Pelaksanaan strategi *Dinecape* meliputi *Facility aesthetic*, *Lay out*, *Ambience*, *Social Factors*, dan *Service products* yang dilakukan Restoran Kampoeng Sawah dalam upaya menciptakan keputusan pembelian berjalan baik sehingga memberikan nilai positif bagi perusahaan.
2. Gambaran responden terhadap penilain dari *Lay out* Restoran Kampoeng Sawah dinilai baik oleh pengunjungnya hal ini bisa dirasakan melalui kenyamanan tempat duduk, kesesuaian penyusunan kursi, kesesuaian penyusunan meja, kenyamanan terhadap kepadatan area restoraan dan keleluasaan untuk bergerak dalam area restoran.
3. Gambaran responden terhadap penilaian dari *Ambience* Restoran Kampoeng Sawah dinilai baik oleh pengunjungnya hal ini bisa dirasakan melalui kenyamanan suhu didalam ruangan, kesesuaian pencahayaan didalam ruangan, kebersihan udara didalam ruangan

- restoran, ketepatan musik yang diperdengarkan dan kenyamanan aroma.
4. Gambaran responden terhadap penilaian *social factor* Restoran Kampoeng Sawah dinilai baik oleh pengunjungnya hal ini bisa dilihat dari kebersihan, kerapihan, keserasaian seragam yang digunakan karyawan dan kerapihan dan cara berpakaian pelanggan lain, hal inilah yang membuat pengunjung merasa nyaman dan puas ketika sedang melakukan pembelian
 5. Gambaran responden terhadap aspek *facility aesthetic* Restoran Kampoeng Sawah mendapat penilaian terendah setelah *service product*, pengunjung menilai mulai dari keunikan bentuk bangunan, ketepatan dekorasi, keserasaian bentuk bangunan, kemenarikan penggunaan warna dan kemenarikan hiasan dinding di Restoran Kampoeng sawah perlu ditata lebih rapih dan lebih menarik, hal ini bisa menjadi masukan bagi perusahaan untuk memperbaiki *facility aesthetic* dengan merubah dekorasi baik dari segi *interior* dan *eksterior*
 6. Penilaian terendah dari *dinescape* yaitu dari segi *service products* seperti pelayanan, penyajian makanan dan minuman yang lama sehingga membuat pengunjung menjai kesal, hal ini dapat menjadi masukan bagi perusahaan untuk memperbaiki *service products* yang diberikan kepada pengunjungnya yaitu dengan memberikan

pelatihan mengenai pelayanan prima, sehingga pengunjung merasa puas dan nyaman

7. Gambaran pengunjung mengenai keputusan pembelian di Restoran Kampoeng Sawah secara umum adalah baik, aspek yang mendapatkan penilaian tertinggi adalah pemilihan produk yang meliputi kualitas produk yang ditawarkan dan variasi produk baik dari makanan dan minuman yang beragam dapat membuat pengunjung tertarik untuk melakukan pembelian, hal ini membuat Pengunjung dapat memilih produk yang disenanginya sesuai dengan keinginannya dan
8. Gambaran terendah dari keputusan pembelian adalah penentuan jumlah pembelian, hal ini dikarenakan kebutuhan untuk mengkonsumsi atau membeli produk, pengunjung harus menyesuaikan dengan kebutuhan dan pendapatannya. Sehingga penentuan jumlah pembelian mendapatkan penilaian paling rendah.
9. Penelitian ini menunjukkan bahwa *Dinescape* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian di Restoran Kampoeng Sawah. Dimana secara keseluruhan nilai t_{hitung} yang diperoleh melalui analisis regresi lebih besar di bandingkan t_{tabel} , artinya semakin baik *dinescape* yang ditawarkan maka akan mempengaruhi keputusan pembelian di Restoran Kampoeng Sawah. Dari kelima variabel *dinescape* yang terdiri dari *Facility aesthetic*, *Lay out*, *Ambience*, *Social Factors*, dan *Service products*. *Lay out* merupakan variabel

yang memberikan kontribusi paling besar dalam mempengaruhi keputusan pembelian.

5.2 REKOMENDASI

Adapun saran yang dapat disampaikan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Strategi *dinescape* yang dijalankan Restoran Kampoeng Sawah secara keseluruhan berjalan cukup baik, terutama dari variabel *lay out*, *lay out* yang memberikan kontribusi paling besar terhadap keputusan pembelian, akan tetapi *service products* dan *facility aesthetic* memberikan pengaruh rendah di Restoran Kampoeng Sawah harus segera dibenahi dan diperbaiki, mengenai *service products*, karena *service product* yang akan membuat pengunjung merasa betah dan nyaman, salah satu cara untuk meningkatkan *service product* adalah dengan mengadakan pelatihan mengenai pelayanan prima.
2. Mengenai *facility aesthetic* bentuk bangunan baik dari segi *interior* dan *eksterior* di restoran Kampoeng sawah perlu ditata lebih rapih dan lebih menarik agar pengunjung yang datang akan merasa nyaman dan betah.
3. Tanggapan terhadap keputusan pembelian, penilaian skor terendah terdapat pada indikator penentuan jumlah pembelian. Hal ini perlu adanya sesuatu tindakan yang dilakukan oleh pihak Restoran

Kampoeng Sawah untuk mendorong pengunjung 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 acara-acara yang dapat meningkatkan kunjungan

4. Membuat terobosan atau inovasi produk baru dan paket-paket yang lebih bagus atau penambahan sarana pelayanan serta inovasi dari makanan dan minuman yang ada
5. 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 Restoran Kampoeng Sawah, disarankan untuk melakukan penelitian yang berkaitan dengan *Service*, promosi, dan pengembangan industry pariwisata khususnya industry *food and bevarages*