

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh bauran lokasi dan promosi terhadap keputusan pembelian di Restoran Boemi Joglo dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan pengujian secara parsial menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh **positif** terhadap keputusan pembelian konsumen di Restoran Boemi Joglo Bandung.
2. Berdasarkan pengujian secara parsial menunjukkan bahwa promosi berpengaruh **positif** terhadap keputusan pembelian konsumen di Restoran Boemi Joglo Bandung.
3. Lokasi dan promosi secara bersama-sama (simultan) berpengaruh **signifikan** terhadap keputusan pembelian konsumen di Restoran Boemi Joglo Bandung.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan dan kesimpulan mengenai pengaruh lokasi dan promosi terhadap keputusan pembelian di Restoran Boemi Joglo Bandung, maka penulis mengajukan beberapa rekomendasi yang dapat menjadi beberapa bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam meningkatkan lokasi dan kegiatan promosinya :

1. Berdasarkan gambaran mengenai lokasi dapat diketahui bahwa pada umumnya konsumen merasa lokasi Restoran Boemi Joglo cukup strategis. Tetapi masih ada yang perlu diperhatikan dan ditingkatkan lagi diantaranya yaitu :
 - a. Perusahaan harus meningkatkan kemudahan dalam mencapai lokasi Restoran Boemi Joglo
 - b. Perusahaan harus meningkatkan keamanan dan memperluas tempat parkir di Restoran Boemi Joglo.
 - c. Perusahaan harus meningkatkan kenyamanan dan kebersihan lingkungan di Restoran Boemi Joglo agar konsumen merasa nyaman berada di lingkungan Restoran Boemi Joglo.
 - d. Perusahaan harus lebih mampu bersaing dengan restoran lain agar konsumen lebih mau melakukan pembelian di Restoran Boemi Joglo.
2. Berdasarkan gambaran mengenai promosi dapat diketahui bahwa pada umumnya konsumen menilai promosi yang dilakukan Restoran Boemi Joglo masih buruk. Maka dari itu, perusahaan harus lebih gencar dalam melakukan promosi.
 - a. Perusahaan harus meningkatkan dan memperbaiki periklanan agar konsumen mengetahui akan adanya Restoran Boemi Joglo dengan cara menggunakan media iklan seperti surat kabar, majalah media cetak (majalah, koran), media elektronik (radio, televisi atau

- internet), menyebarkan brosur. Dengan memperbanyak promosi yang menarik maka akan lebih banyak lagi orang mengetahui Restoran Boemi Joglo.
- b. Perusahaan harus sering memberikan potongan harga atau diskon yang beragam agar konsumen tertarik untuk melakukan pembelian di Restoran Boemi Joglo.
 - c. Perusahaan harus melakukan hubungan masyarakat (*public relation*) seperti memberikan dana sponsor suatu acara agar masyarakat mengetahui Restoran Boemi Joglo.
 - d. Penjualan pribadi (*personal selling*) harus ditingkatkan. Seperti, sering melakukan komunikasi secara tatap muka dengan konsumen dan meningkatkan kinerja pramusaji, sehingga konsumen bisa memahami informasi yang diberikan.
 - e. Perusahaan harus mengadakan dan meningkatkan *direct marketing* (pemasaran langsung) agar konsumen mengetahui informasi Restoran Boemi Joglo dengan jelas.
3. Restoran Boemi Joglo harus memahami faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi, meningkat atau menurunnya pembelian, sehingga dengan lokasi yang strategis dan promosi yang menarik konsumen yang melakukan pembelian di Restoran Boemi Joglo meningkat.

