

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan oleh penulis pada Kedai Mamah Eha, maka pada bab ini penulis mencoba untuk menarik kesimpulan serta mengajukan beberapa saran sebagai bahan pertimbangan perusahaan. Beberapa kesimpulan dan saran tersebut antara lain.

5.1. Kesimpulan

Dari data-data yang telah diperoleh serta hasil pembahasan dan analisis yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Bauran pemasaran yang dilakukan oleh Kedai Mamah Eha membuat kesan baik dimata konsumen. Hal ini didukung dengan :
Produk makanan dan minuman di Kedai Mamah Eha unik dan enak. Seperti nasi ditaburi oleh keripik pedas, pulut mango, alpukat tumbuk, ice milo dinosaurus yang membuat konsumen tertarik dan berminat untuk datang ke Kedai Mamah Eha, selain itu promosi yang dilakukan oleh Kedai Mamah Eha ternilai tepat dengan melakukan promosi seperti *twitter* dan *facebook*. Harga yang ditawarkan sesuai, karena memang ditujukan untuk kalangan menengah keatas, selain itu pegawai Kedai Mamah Eha yang memberikan pelayanan baik dan cepat membuat konsumen nyaman. Sarana fisik pada Kedai Mamah Eha tergolong bersih terlihat dari kebersihan tempat, fasilitas tempat dan perlengkapan toilet. Lokasi kedai strategis dekat dengan pusat kota dan perbelanjaan. Proses yang dilakukan oleh Kedai Mamah Eha tergolong kurang cepat. Segala prosedur dan layanan yang ditawarkan di Kedai Mamah Eha berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen.

2. Minat beli ulang konsumen pada Kedai Mamah Eha akan muncul dari ketertarikan dan rasa penasaran konsumen. Pada dasarnya konsumen berminat untuk datang ke Kedai Mamah Eha bukan hanya sekedar untuk menikmati makanannya saja tetapi sebagai tempat untuk berkumpul bersama teman-teman ditunjang dengan tempat yang strategis, bersih dan nyaman. Selain itu, pelayanan yang baik dan kecepatan dalam menyajikan menu makanan oleh karyawan sudah memuaskan konsumen. Minat beli ulang konsumen dalam melakukan keputusan pembelian dianggap baik. Artinya tingkat minat beli ulang pada Kedai Mamah Eha cukup tinggi. Dengan terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis serta akan membentuk suatu rekomendasi bagi konsumen dimana rekomendasi tersebut juga dapat menguntungkan perusahaan.
3. Minat beli ulang konsumen Kedai Mamah Eha dipengaruhi signifikan oleh bauran pemasaran. Bauran pemasaran terhadap minat beli ulang cukup besar mempengaruhi minat konsumen. Walaupun, bauran pemasaran produk, harga, promosi tidak signifikan mempengaruhi minat beli ulang konsumen, berbeda dengan tempat, orang, bukti fisik, dan proses mempunyai dampak yang lebih besar.

5.2. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka penulis mencoba memberikan saran dan masukan yang dapat berguna dan menjadi bahan pertimbangan bagi kemajuan Kedai Mamah Eha di masa yang akan datang diantaranya:

1. Penyediaan tempat duduk yang lebih empuk misalnya kursi *chitose*, agar membuat konsumen yang berkunjung ke Kedai Mamah Eha nyaman.

2. Bukti fisik Kedai Mamah Eha seperti kebersihan tempat, kebersihan toilet, dan ketersediaan perlengkapan toilet lebih di tingkatkan lagi agar konsumen yang berkunjung merasa nyaman dengan adanya fasilitas yang tersedia di Kedai Mamah Eha.
3. Proses yang telah dilakukan oleh Kedai Mamah Eha lebih ditingkatkan lagi sehingga produktifitas karyawan dapat menunjang kenyamanan konsumen agar menambah loyalitas konsumen terhadap Kedai Mamah Eha.
4. Tetap melakukan perekrutan karyawan dari desa, karena dengan pelayanan mereka yang tanggap konsumen merasa nyaman. Apabila Kedai Mamah Eha merekrut karyawan dengan fisik yang menarik dan berpendidikan tidak menjadi jaminan mereka akan tanggap seperti karyawan sekarang.
5. Pemasangan kerai atau tirai plastik yang menutupi bagian luar kedai dari ketidaknyaman cuaca seperti hujan, hal ini juga diharapkan dapat meningkatkan penjualan pada Kedai Mamah Eha.