

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Setelah dilakukan penelitian dan hasil analisa dari pengolahan data pada penelitian tentang “Suasana Tempat dan Kualitas Pelayanan dalam menentukan Keputusan Pembelian Konsumen Pada Warung Misbar Bandung”, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Kinerja Suasana Tempat Warung Misbar sudah dirasa nyaman dan menarik. Hal tersebut didukung dari konsumen Warung Misbar memberikan respon yang baik terhadap elemen-elemen suasana tempat yang ada di Warung Misbar. Pintu masuk serupa seperti pintu masuk bisokop jaman dahulu yang dianggap unik mampu menarik perhatian konsumen untuk mengunjungi Warung Misbar, ditambahkan dengan fasilitas unggulan Warung Misbar yaitu adanya *big screen* yang mendukung untuk pemutaran film jadul beserta dengan kursi yang khusus disediakan untuk konsumen menonton. Hal tersebut yang membedakan Warung Misbar dengan tempat makan lainnya yang sejenis. Dengan keunikan dan konsep jadul yang diusung membuat konsumen tertarik melakukan keputusan pembelian.
2. Kinerja Kualitas Pelayanan di Warung Misbar sudah berkualitas. Hal tersebut didukung dari konsumen Warung Misbar memberikan respon yang baik terhadap elemen-elemen kualitas pelayanan yang ada di Warung Misbar. Pelayanan yang baik ini didukung dari keramahan para pelayan Warung Misbar yang mampu membuat konsumen merasa nyaman berada di Warung Misbar. Kenyamanan tersebut didukung pula dengan kebersihan yang dijaga oleh pihak Warung Misbar. Dengan kebersihan yang diperhatikan Warung Misbar maka hasilnya berimbas positif terhadap kenyamanan yang dirasakan oleh konsumen, seperti yang dibahas di bab sebelumnya bahwa kenyamanan yang diciptakan untuk konsumen sudah baik. Tidak hanya memperhatikan

kenyamanan untuk konsumennya, dari segi penampilan karyawan dan pelayannya Warung Misbar sangat memperhatikan kerapiahannya itu yang memberikan kesan baik dan nilai tambah untuk Warung Misbar.

3. Secara keseluruhan, konsumen melakukan pembelian di Warung Misbar. Dengan mobilitas yang tinggi, untuk daerah Bandung sendiri yang bisa dibilang daerah perkotaan yang tentunya bagi sebagian orang mengalami kejenuhan akan rutinitas sehari-hari membuat ingin mempunyai waktu khusus untuk melepas penat, dan salah satunya yaitu bisa dengan *hangout*. Sama halnya seperti *hangout*, kebutuhan setiap orang untuk makan diluar juga berbeda. Dalam hal ini konsumen Warung Misbar merasa mudah mendapatkan informasi mengenai Warung Misbar, tentunya dengan kemajuan teknologi yang pesat dan didukung dengan promosi *word of mouth* membuat konsumen dengan mudah mengetahui berbagai info mengenai Warung Misbar. Kemudahan itu didukung oleh referensi tempat yang didapatkan konsumen mayoritas berasal dari teman. Faktor harga dapat mempengaruhi konsumen dalam menentukan pembelian. Hal-hal tersebut merupakan indikator yang menjadi pertimbangan seseorang dalam melakukan keputusan pembelian. Dilihat dari keinginan konsumen untuk datang membeli ke Warung Misbar, konsumen berminat untuk melakukan pembelian hal tersebut didukung dari adanya suasana tempat yang berbeda yang membuat konsumen penasaran untuk datang ke Warung. Tetapi hal tersebut bertolak belakang dengan keinginan konsumen untuk datang kembali untuk melakukan keputusan pembelian di Warung Misbar, hasil konsumen menyatakan bahwa konsumen kurang pasti untuk datang kembali ke Warung Misbar dan berdasarkan hasil wawancara konsumen, mayoritas mereka enggan datang untuk kembali karena merasa suasana tempat yang disajikan terkesan hanya sebatas untuk mengundang penasaran saja dan dengan pengaruh harga yang kuat dimata sebagian konsumen membuat mereka membandingkan harga yang ditawarkan Warung Misbar dengan pesaingnya yang menawarkan menu sejenis bahwa harga di Warung Misbar untuk beberapa menu relatif mahal.

4. Keputusan pembelian konsumen pada Warung Misbar dipengaruhi suasana tempat dan kualitas pelayanan secara signifikan. Keduanya memiliki total pengaruh cukup kuat dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak diteliti oleh penulis misalnya cita perusahaan, proses penetapan harga, promosi dan lain sebagainya. Selain itu, hal ini mengindikasikan juga bahwa Suasana Tempat dan Kualitas Pelayan telah berhasil mempengaruhi keputusan pembelian Konsumen Warung Misbar Bandung yang cukup kuat. Dari keduanya suasana tempat memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap keputusan pembelian dibandingkan dengan kualitas pelayanan. Hal ini mengindikasikan apabila Warung Misbar ingin meningkatkan keputusan pembelian konsumen maka perbaikan yang dilakukan harus lebih fokus kepada suasana tempat di Warung Misbar

5.2 Saran

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

1. Menyediakan fasilitas parkir yang memadai bisa dengan mengadakannya kerjasama dengan manajemen parkir yang profesional dengan menyediakan valet parkir untuk kendaraan beroda empat akan memudahkan konsumen untuk berkunjung ke Warung Misbar.
2. Adanya potongan harga khusus bagi member atau pengunjung yang sudah loyal dapat meningkatkan jumlah pengunjung yang datang.
3. Peningkatan pelayanan pegawai yang sigap dalam melayani keluhan konsumen dapat berdampak positif pada citra baik Warung Misbar dan meningkatkan penjualan.
4. Penambahan variasi film dan perbaikan fasilitas *big screen* agar tidak sering terjadi gangguan serta menjaga kualitas film di Warung Misbar dapat meningkatkan rasa kepuasan konsumen ketika di Warung Misbar.

5. Ketersediaan fasilitas mushola yang diperluas dan menyesuaikan layaknya tempat ibadah tidak disertai poster yang mengganggu di ruangnya dapat membuat konsumen nyaman melakukan ibadah dengan khusu.
6. Inovasi produk Warung Misbar dengan menambahkan menu baru yang variatif tidak hanya sekedar dari penamaanya yang unik tetapi harus didukung dengan cita rasanya. Penambahan menu jajanan khas pasar lainnya seperti bandros, dawet, atau kue ape dapat menjadi salah satu strategi dalam menghadapi para pesaing yang terus bermunculan untuk menarik minat konsumen menentukan keputusan pembelian di Warung Misbar.
7. Penelitian lebih lanjut dapat dilakukan dengan melihat variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian dengan melihat variabel citra perusahaan, promosi, proses penetapan harga, dan loyalitas konsumen di Warung Misbar Bandung.