

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

5.4 Kesimpulan

6.1.1 Kesimpulan Berdasarkan Statistik

1. Berdasarkan hasil analisis korelasi dengan SPSS dapat disimpulkan bahwa adanya hubungan antara variabel X (kualitas pelayanan) dan variabel Y (keputusan pembelian) sebesar 0.635 berada pada interval (0,60 – 0,799) yang menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi adalah searah dan berkategori mempunyai hubungan yang kuat.
2. Pada perhitungan uji hipotesis, tingkat signifikansi dalam penelitian ini menggunakan $\alpha = 5\%$ (0.05). Signifikansi 5% atau 0,05 merupakan ukuran dalam penelitian. Diketahui nilai Sig sebesar 0,000. Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai Sig lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Oleh karena itu, kesimpulan yang diperoleh adalah H_0 ditolak atau H_1 diterima artinya Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Ttals Korean Bbq.

2.1.2 Kesimpulan Berdasarkan Tanggapan Responden

Dari tabel rekapitulasi tanggapan responden terhadap variabel kualitas pelayanan berdasarkan peringkat, diambil 3 pernyataan paling atas yang dimana ketiga pernyataan tersebut dikategorikan sangat setuju yaitu:

1. Produk yang diantar sesuai dengan yang dipesan dengan nilai rata-rata 4.54. Pegawai Ttals Korean Bbq selalu melakukan pengecekan ulang

catatan pesanan pelanggan sehingga meminimalisir adanya kesalahan dalam mengantar pesanan.

2. Menu yang ditawarkan selalu tersedia dengan nilai rata-rata 4.42. Pihak Ttals Korean Bbq menyediakan *stock* melebihi *stock* rata-rata per hari sehingga *stock* tidak habis.
3. Pegawai Ttals Korean Bbq bersikap ramah kepada pelanggan dengan nilai rata-rata 4.41. Ttals Korean Bbq mengadakan pelatihan bagi karyawannya untuk bersikap ramah kepada pelanggan.

Dapat diambil kesimpulan dari pernyataan diatas, terdapat 3 pernyataan yang paling menonjol pada Ttals Korean Bbq. Dapat dinyatakan sangat setuju karena mereka sudah melakukan *action* pada pernyataan tersebut dalam melayani konsumen.

Dari tabel rekapitulasi tanggapan responden terhadap variabel kualitas pelayanan berdasarkan peringkat, diambil 3 pernyataan paling bawah yang dimana ketiga pernyataan tersebut dikategorikan setuju yaitu:

1. Ttals Korean Bbq memiliki desain ruang makan yang menarik dengan nilai rata-rata 4.19. Ttals Korean Bbq memilih perabotan berbahan kayu agar mencerminkan suasana ala Korea yang otentik.
2. Ttals Korean Bbq memiliki desain eksterior yang menarik dengan nilai rata-rata 4.23. Konsep yang digunakan Ttals Korean Bbq adalah konsep ala *classic* korea.
3. Pegawai Ttals Korean Bbq menawarkan bantuan kepada setiap pelanggan dengan nilai rata-rata 4.23. Pegawai Ttals Korean Bbq menawarkan

bantuan kepada pelanggan seperti mencarikan kursi kosong agar pelanggan tidak menunggu lama untuk duduk.

Ketiga hal diatas harus bisa ditanggapi oleh Ttals Korean Bbq agar bisa meningkatkannya lagi dalam kualitas pelayanan menurut pernyataan diatas.

Dari tabel rekapitulasi tanggapan responden terhadap variabel keputusan pembelian berdasarkan peringkat, diambil 1 pernyataan teratas yang dimana pernyataan tersebut dikategorikan sangat setuju yaitu:

1. Saya memutuskan untuk datang kembali ke Ttals Korean Bbq dengan nilai rata-rata 4.36.

Dapat diambil kesimpulan dari pernyataan diatas, terdapat 1 pernyataan yang paling menonjol pada dimensi keputusan pembelian. Dapat dinyatakan sangat setuju karena pelanggan sudah melakukan *action* pada pernyataan tersebut dalam membuat keputusan pembelian.

Dari tabel rekapitulasi tanggapan responden terhadap variabel keputusan pembelian berdasarkan peringkat, diambil 1 pernyataan terbawah yang dimana pernyataan tersebut dikategorikan setuju yaitu:

1. Saya memutuskan makan dan minum di Ttals Korean Bbq setelah membandingkan dengan restoran sejenis dengan nilai rata-rata 4.21.

Hal diatas harus bisa ditanggapi oleh Ttals Korean Bbq agar bisa meningkatkannya lagi dalam hal keputusan pembelian menurut pernyataan diatas.

5.5 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang sudah dibahas, maka ada beberapa saran untuk perusahaan ini:

Berdasarkan tabel rekapitulasi tanggapan responden kualitas pelayanan berdasarkan peringkat, maka diambil 3 pernyataan terendah. Maka dari itu peneliti akan memberikan saran untuk 3 pernyataan terendah tersebut:

1. Ttals Korean Bbq memiliki desain ruang makan yang menarik. Saran untuk Ttals Korean Bbq , sebaiknya pihak Ttals Korean Bbq lebih menata desain dan tata ruang agar terlihat lebih menarik misalnya dengan menambah lebih banyak hiasan-hiasan Korea dan juga memainkan lagu K-Pop agar pengunjung semakin tertarik untuk berkunjung.
2. Ttals Korean Bbq memiliki desain eksterior yang menarik. Pihak Ttals Korean Bbq sebaiknya mempercantik dan mendekorasi tampilan luar dari Ttals Korean Bbq.
3. Pegawai Ttals Korean Bbq menawarkan bantuan kepada setiap pelanggan. Sebaiknya pihak Ttals Korean Bbq lebih menerapkan standar prosedur pelayanan bagi setiap pegawainya melalui adanya pelatihan (*Training*).

DAFTAR PUSTAKA

- Agmasari, S. (2018, februari 6). *Industri Kuliner, Penopang Tertinggi Perekonomian Kreatif di Indonesia*. Retrieved from Kompas.com: <https://travel.kompas.com/read/2018/02/06/185000027/industri-kuliner-penopang-tertinggi-perekonomian-kreatif-di-indonesia>
- Kasmir. (2005). In *Etika Customer Service*. Jakarta: RajaGrafindo .
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). In *Marketing Management* (15 ed.). England: Pearson Education, Inc.
- Lupiyoadi, R. (2001). In *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: PT. Salemba.
- McCarthy, E. J., & Perreault, W. D. (2003). In *Dasar - Dasar Pemasaran* (A. Dharma, Trans.). Jakarta: Erlangga.
- Mullins, J. W., & Walker, J. C. (2010). In *Marketing Management* (7 ed.). United States: McGraw-Hill. Retrieved Februari 22, 2019
- Octoviano, R. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Kafe Zero Hour Coffee Cabang Jalan Pager Gunung.
- Rachman, D. A. (2017). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN(STUDI KASUS PADA RUMAH MAKAN WAJAN MAS KUDUS). *DIPONEGORO JOURNAL OF SOCIAL AND POLITICAL,SCIENCE*.
- Rahmawati, A. U. (2018, 9 4). *Infobdg*. Retrieved from 20 Tempat Korean Food di Bandung: <http://www.infobdg.com/v2/20-tempat-korean-food-di-bandung/>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2013). *Research Methods For Business* (6 ed.). United Kingdom: Wiley. Retrieved Maret 22, 2019
- Solomon, M. R. (2012). *Consumer Behaviour*. (A. Ananda, Trans.) Jakarta: Spektrum. Retrieved Maret 5, 2019
- Sugiyono. (2017). In *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta. Retrieved Maret 2, 2019
- Suharno, & Sutarso, Y. (2010). In *Marketing In Practice*. Yogyakarta: Graha Ilmu. Retrieved Februari 22, 2019

Tjiptono, F. (2008). In *Strategi Pemasaran* (3 ed.). Yogyakarta: Andi. Retrieved Februari 22, 2019