

BAB 4

KESIMPULAN AKHIR, REKOMENDASI, DAN IMPLIKASI

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Makan Genah Calik, maka dapat ditarik kesimpulan mengenai pengaruh Kualitas Pelayanan (X) Terhadap Keputusan Pembelian (Y):

4.1.1 Tanggapan Responden

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa rata-rata responden yang membeli produk perusahaan Rumah Makan Genah Calik berjenis kelamin perempuan dengan rentang usia 31-40 tahun dengan pekerjaan sebagai pegawai swasta dan rata-rata penghasilan sebanyak > Rp 6.000.000.

Kualitas Pelayanan yang terdiri dari 17 pernyataan , dengan skor aktual sebesar 6557 dari hasil rekapitulasi (Tabel 5.30) yang telah disebarkan kepada 100 responden. Berdasarkan garis kontinum (Gambar 5.6) disimpulkan bahwa para responden setuju bahwa variabel kualitas pelayanan di lingkungan Rumah Makan Genah Calik telah baik. Adanya pelayanan terstandarisasi yang diberikan mengharuskan karyawan untuk dapat mendekati para konsumen yang baru duduk meletakkan menu, dan menunggu pesanan diberikan, sehingga merupakan bagian dengan SOP.

Dengan demikian, kecenderungan ini menggambarkan bahwa pelayanan yang diberikan baik bagi konsumen yang mengunjungi Rumah Makan Genah Calik. Terdapat 5 pernyataan peringkat dari jawaban responden adalah:

1. Untuk urutan pertama dengan ranking tertinggi, adalah Makanan dan Minuman diantar sesuai pesanan, yang berarti para responden telah mengantarkan makanan dan minuman sesuai dengan pesanan sebagai bagian dari SOP.
2. Untuk ranking kedua tertinggi, adalah Pramusaji Rumah Makan Genah Calik mampu menjelaskan menu yang ada, dimana mereka akan memberikan pertanyaan mengenai produk makanan minuman apa yang ada di lingkungan perusahaan.
3. Untuk ranking ketiga tertinggi, adalah Pramusaji Rumah Makan Genah Calik berpakaian sopan dan rapih, dimana seragam digunakan dengan rapi dan sopan.
4. Untuk ranking keempat tertinggi, adalah Pramusaji Rumah Makan Genah Calik menghampiri dan menanyakan langsung apa yang ingin dipesan, dimana pramusaji langsung berespon untuk menanyakan pesanan.
5. Untuk ranking kelima tertinggi, adalah Pramusaji Genah Calik cepat dalam melayani konsumen, dimana pelayanan dilakukan dengan cepat dan akurat sesuai dengan pesanan yang diterima.

Berdasarkan variabel keputusan pembelian, dimana jawaban responden untuk 5 item, disimpulkan bahwa para responden setuju bahwa

variabel keputusan pembelian di lingkungan Rumah Makan Genah Calik telah baik. Para responden telah bersedia untuk datang Kembali, melakukan perbandingan dengan rumah makan yang lain, menyadari kebutuhan untuk makan dan minum di rumah makan, mencari informasi mengenai beberapa rumah makan, dan pada akhirnya memutuskan untuk membeli makan dan minum di Rumah Makan Genah Calik. Dengan demikian, kecenderungan ini menggambarkan bahwa keputusan pembelian Rumah Makan Genah Calik beranda di rentang baik. Adapun, peringkat dari jawaban responden adalah:

1. Untuk ranking pertama tertinggi, Responden bersedia untuk datang Kembali ke Rumah Makan Genah Calik, yang menggambarkan mereka cukup loyal untuk dapat datang kembali ke lingkungan rumah makan.
2. Untuk ranking kedua tertinggi, Membandingkan Rumah Makan Genah Calik dengan rumah makan yang lain, dimana mereka juga mencari adanya alternatif rumah makan lain sebagai pilihan.
3. Untuk ranking ketiga tertinggi, memiliki kebutuhan yang mereka ketahui, dimana mereka tahu menu- menu apa yang mereka inginkan dan menjadikan Rumah Makan Genah Calik.
4. Untuk ranking keempat tertinggi, mencari informasi mengenai beberapa rumah makan, dimana mereka menjadikan rumah calik sebagai pilihan dari berbagai perusahaan sebelum dapat mengambil keputusan pembelian.
5. Untuk ranking kelima tertinggi, memutuskan untuk membeli makan dan minum di Rumah Makan Genah Calik, dimana konsumen datang dan

mengonsumsi makanan dan minuman yang ditawarkan oleh Rumah Makan Genah Calik.

4.2.1 Perhitungan Statistik

1. Didapat nilai R (koefisien korelasi) sebesar 0.759, yang berarti hubungan antara variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 75.9%, atau berada pada rentang “kuat”. Dengan demikian, terdapat korelasi (hubungan) dengan kecenderungan “kuat” di antara kedua variabel tersebut.
2. Nilai R Square yang didapatkan adalah sebesar 0,576. Jadi, dapat disimpulkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan memberikan kontribusi terhadap keputusan pembelian sebesar 57.6%, sedangkan sisanya (42.4%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Pengaruh yang ada berada pada rentang “sedang”.
3. Untuk Uji Hipotesis, didapatkan nilai signifikansi t sebesar 0.000, yang berarti Nilai signifikansi $t < 0.05$, maka H_0 ditolak, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara satu variabel independen terhadap variabel dependen. Dengan demikian, Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Rumah Makan Genah Calik. Pengaruh yang ada merupakan pengaruh positif, yang berarti bahwa peningkatan kualitas pelayanan akan mendorong peningkatan keputusan pembelian.

4.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan, terdapat beberapa hal yang bisa disarankan bagi perusahaan Rumah Makan Genah Calik. Keunggulan kualitas pelayanan harus tetap dipertahankan karena beberapa pelanggan memutuskan membeli produk perusahaan karena keualitas pelayanan perusahaan Rumah Makan Genah Calik, serta tetap menjadikan keputusan pembelian sebagai prioritas.

Beberapa hal yang dapat penulis sarankan kepada pihak perusahaan Rumah Makan Genah Calik dari peringkat rekapitulasi terendah, antara lain:

1. Pernyataan "Pramusaji Rumah Makan Genah Calik mampu menjelaskan menu dengan baik", yang berarti para pramusaji harus dapat menghafalkan menu-menu yang ditawarkan, untuk dapat membantu para konsumen untuk dapat memberikan pilihan mengenai pilihan-pilihan produk yang ditawarkan di Rumah Makan Genah Calik.
2. Pernyataan "Saya memutuskan untuk membeli makan dan minum di Rumah Makan Genah Calik", yang berarti bahwa Rumah Makan Genah Calik harus dapat mendorong konsumen untuk dapat memutuskan pembelian di dalam lingkungan rumah makan.

4.3 Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan membuktikan bahwa variabel Kualitas Pelayanan meliputi dimensi keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, bukti fisik memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Makan Genah Calik. Hal ini menunjukkan bahwa Rumah Makan Genah Calik perlu memberikan perhatian khusus pada dimensi Keandalan

dan Daya Tanggap yang memiliki pengaruh positif agar perusahaan dapat memberikan kualitas pelayanannya dengan baik.

Dengan adanya proses membantu dan melayani pelanggan dengan baik dapat membuat hubungan yang baik dan loyal antara Rumah Makan Genah Calik dengan para pelanggannya. Hubungan yang baik akan memberikan keuntungan untuk Rumah Makan Genah Calik dan kenyamanan bagi pelanggan yang membeli makanan dan minuman di Rumah Makan Genah Calik, apabila hal ini dapat terwujud maka pelanggan dapat berpotensi untuk kembali lagi ke Rumah Makan Genah Calik untuk membeli makanan dan minuman. Dengan demikian, apabila perusahaan dapat memperhatikan lebih lanjut pada hal-hal tersebut dengan baik dan seksama, maka pelanggan akan memiliki loyalitas terhadap rumah makan. Namun apabila hal tersebut tidak dapat terwujud dengan baik, pelanggan dapat merasa tidak puas atau ada kemungkinan untuk beralih ke rumah makan yang lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler & Keller. (2016). *Marketing Management*. England: Pearson.
- BPS Tasikmalaya. (2020). *Jumlah penduduk menurut kelompok umur dan jenis kelamin*. Diambil kembali dari Tasikmalayakota.bps.go.id:
<https://tasikmalayakota.bps.go.id/indicator/12/28/1/jumlah-penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin.html>
- Eeng, A., & Yana, R. (2010). *Pengantar Teori Ekonomi Mikro*. Bandung: Rizky Press.
- Ghozali, I. (2011). *Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: BP UNDIP.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisa Multivariat dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, D. N., & Porter, D. C. (2012). *Basic Econometrics* (Vol. 5). New York: Mc. Graw Hill.
- Halin, Hamid, Wijaya, Hendry, Yusilpi, & Rinda. (2017). Pengaruh harga jual kava patri jenis silver terhadap nilai penjualan paca CV. *Jurnal ecomect global*.
- Jabarprov. (2021, Oktober 8). *Jumlah usaha restoran rumah makan dan cafe berdasarkan kabupatenkota di jawa barat*. Diambil kembali dari opendata.jabarprov.go.id: <https://opendata.jabarprov.go.id/id/dataset/jumlah-usaha-restoran-rumah-makan-dan-cafe-berdasarkan-kabupatenkota-di-jawa-barat>
- Juliandi, A. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Ilmu-Ilmu Bisnis*. Medan: M2000.
- Kementrian Perindustrian. (2021, November 27). *Menggali Potensi Kerja Sama Industri Makanan Minuman*. Diambil kembali dari kemenprin.go.id:
<https://kemenperin.go.id/artikel/22963/Menggali-Potensi-Kerja-Sama-Industri-Makanan-Minuman>
- Kotler, & Keller. (2012). *Managemen Pemasaran (12ed)*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, R. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nuryaman, & Christina. (2015). *Metodologi Penelitian Akuntansi dan Bisnis Teori dan Praktek*. Ghalia Indonesia.
- Pawestriningtyas, N. C., Suharyono, & Suyadi, I. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 41.

- Porter, D. N. (2012). *Basic Econometrica* (Vol. 5). New York: Mc. Graw Hill.
- Priangani, A. (2013). Memperkuat Manajemen Pemasaran Dalam Konteks Persaingan Global. *Jurnal Kebangsaan*, 2.
- Purnomo, R. A. (2016). *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*. Ponorogo: UNMUH Ponorogo Press .
- Siregar, S. (2018). *Statistika Deskriptif untuk Penelitian*. Depok: PT RAJAGRAFINDO PERSADA.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alphabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. CV.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sujarweni, W. (2015). *SPSS untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Tjiptono. (2014). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Unilever. (2021). *pelayanan terbaik kunci sukses restoran anda*. Diambil kembali dari [unileverfoodsolutions.co.id: https://www.unileverfoodsolutions.co.id/id/inspirasi-chef/agar-restoran-lebih-populer/pelayanan-terbaik-kunci-sukses-restoran-anda.html](https://www.unileverfoodsolutions.co.id/id/inspirasi-chef/agar-restoran-lebih-populer/pelayanan-terbaik-kunci-sukses-restoran-anda.html)
- Wahyono, B. (2013). *Tahap tahap keputusan pembelian*. Diambil kembali dari [pendidikanekonomi.com: http://www.pendidikanekonomi.com/2013/01/tahap-tahap-keputusan-pembelian.html](http://www.pendidikanekonomi.com/2013/01/tahap-tahap-keputusan-pembelian.html)
- Yanto, A. (2020, Februari 5). *Alasan Indonesia menjadi tujuan favorit wisatawan asing*. Diambil kembali dari [idntimes.com: https://www.idntimes.com/travel/destination/andri-andreas-1/alasan-indonesia-menjadi-tujuan-favorit-wisatawan-asing-c1c2/3](https://www.idntimes.com/travel/destination/andri-andreas-1/alasan-indonesia-menjadi-tujuan-favorit-wisatawan-asing-c1c2/3)