

## BAB VI

### KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pengaruh *service quality* terhadap keputusan pembelian pada Toko Tulip *Cake and Tart* Bandung yang telah dibahas pada bab sebelumnya, maka peneliti menarik kesimpulan atas penelitian yang dilakukan dan memberikan saran-saran yang bermanfaat baik bagi pengelola Toko Tulip *Cake and Tart* Bandung maupun bagi penelitian selanjutnya untuk memperbaiki kekurangan-kekurangan yang terjadi saat ini ataupun mempertahankan yang sudah baik.

#### 6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, maka penulis mengambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

##### 6.1.1 Perhitungan Statistik

1. Kualitas pelayanan yang dilakukan Toko Tulip *Cake and Tart* Bandung berdasarkan garis kontinum skor aktual yang didapat sebesar 7076 termasuk ke dalam kategori sangat baik.
2. Pengaruh *service quality* (kualitas pelayanan) terhadap keputusan pembelian di Toko Tulip *Cake and Tart* Bandung berdasarkan perhitungan korelasi, diperoleh nilai  $r$  sebesar 0,629. Karena nilai  $r$  berada diantara 0,60 - 0,799 maka hubungan antara kualitas

pelayanan dengan keputusan pembelian dapat dikatakan hubungan yang kuat.

3. Sedangkan berdasarkan perhitungan koefisien determinasi dengan kontribusi pengaruh yang diberikan sebesar 39,5%, sisanya sebesar 60,5% lainnya merupakan pengaruh dari variabel lain yang tidak diteliti.
4. Dari perhitungan statistik uji t, terdapat hasil  $t_{hitung} = 8,006$  lebih besar dari  $t_{tabel} = 1,984$  maka  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak. Artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian. Sehingga hipotesis yang penulis ajukan dapat diterima.

#### 6.1.2 Deskriptif

##### 1. Variabel Tertinggi

Berdasarkan hasil rekapitulasi tanggapan responden berdasarkan skor aktual tertinggi:

- a. Pelayan menyapa ketika pengunjung datang dengan skor aktual yang didapat sebesar 438.
- b. Pelayan bersikap ramah dengan skor aktual yang didapat sebesar 423.
- c. Pelayan bersikap sopan dengan skor aktual yang didapat sebesar 408.

##### 2. Variabel Terendah

- a. Desain eksterior menarik dengan skor aktual yang diperoleh sebesar 374.
- b. Desain interior menarik dengan skor aktual yang diperoleh sebesar 379
- c. Pesanan yang diantar sesuai dengan yang dipesan dengan skor aktual yang diperoleh sebesar 379.

## 6.2 Saran

Dengan adanya keterbatasan dalam penelitian ini sehingga peneliti belum sempurna, maka saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis, peneliti menyarankan untuk lebih memperhatikan desain eksterior di Toko Tulip, karena pertama kali orang melihat pasti dari desain bangunan luar. Kalau desain bangunan luar dibuat menarik atau ada sesuatu yang mencolok maka orang yang lewat akan merasa penasaran dan tertarik untuk mencoba berkunjung. Lalu dibuat ada pamflet untuk acara promo diskon makanan dan minuman yang tersedia agar menarik perhatian.
2. Peneliti juga menyarankan agar lebih teliti dalam hal menyajikan makanan atau minuman agar sesuai dengan ekspektasi dan konsumen tidak kecewa. Untuk dapat melihat ekspektasi konsumen sebaiknya pihak Toko Tulip *Cake and Tart* Bandung selalu melakukan survey rutin setiap bulan dan mendengarkan masukan dari konsumen tersebut.

3. Pihak Toko Tulip Cake and Tart Bandung mempertahankan elemen-elemen yang dinilai sudah baik oleh konsumen.

## DAFTAR PUSTAKA

- Daniel, & Terrel. (1986). *Business Statistics, Basic Concepts and Methodology* (Vol. Fourth Edition). Houghton Mifflin Company.
- Hermansson, F., & Larsson, J. (2005). *The Service Branding Model-Small Service Firms' Approach to Building Brand Equity*. in Jonkoping International Business School.
- Kotler, K., & Keller, K. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Vol. Edisi 13). Jkt: PT Gelora Aksara Pratama.
- Kotler, P. (2012). *Marketing Management* (Vol. 14 edition). New Jersey: Prentice Hall International, Inc.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Vol. Jilid 1). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. (2005). *Manajemen Pemasaran* (Vol. Edisi 11). PT Indeks.
- Sarwono, J. (2012). *Metode Riset Skripsi: Pendekatan Kuantitatif (Menggunakan Prosedur SPSS)*. Jakarta: PT. ELEX Media Komputindo.
- Silalahi, U. (2006). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Alfabeta.
- Simamora, B. (2001). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- So, K., & King, C. (2010). When experience matters building and measuring hotel brand equity: The customers' perspective. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 601.
- Sugiarto, S. &. (1993). *Statistika*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sugiyono, P. D. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2000). *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2002). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2011). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.