

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan, maka penulis dapat menarik beberapa kesimpulan dan saran pada objek penelitian di *Lets Go Gelato Ciwalk Bandung*:

6.1.1 Kesimpulan berdasarkan Data Diri

1. Pengunjung *Lets Go Gelato Ciwalk* didominasi oleh perempuan, frekuensi dari perempuan adalah sebesar 56%, sedangkan laki-laki adalah sebesar 44%. Didominasi oleh perempuan karena kebanyakan yang menyukai rasa manis dan produk eskrim adalah perempuan.
2. Kisaran orang berkunjung didominasi oleh usia 20 – 30 tahun dengan frekuensi 90%. Dan tertinggi kedua adalah < 20 tahun dan > 40 tahun yang masing-masing berfrekuensi 4%. Yang berarti banyaknya orang yang berkunjung ke *Lets Go Gelato Ciwalk* yaitu pelajar - mahasiswa.
3. Pengunjung *Lets Go Gelato Ciwalk Bandung* didominasi oleh pelajar – mahasiswa. Dan tertinggi kedua didominasi oleh pegawai swasta dengan frekuensi sebesar 22%. Didominasi oleh pelajar - mahasiswa karena *Lets Go Gelato Ciwalk* memiliki tempat yang nyaman dan *instagramable* yang cocok

untuk foto bersama teman, keluarga, dan sahabat. Dan bisa berdiam lama di tempatnya karena disediakan tempat duduk untuk konsumen yang menikmati gelato nya.

4. Penghasilan tertinggi dibawah < 2 juta. Dan rata-rata penghasilan tertinggi kedua adalah 2 – 4 juta. Terlihat bahwa penghasilan dibawah < 2 juta didominasi oleh para pelajar - mahasiswa karena harga nya yang terjangkau pada kantong para pelajar - mahasiswa.

Dan dapat disimpulkan, pengunjung *Lets Go Gelato Ciwalk* berasal dari berbagai latar belakang yang berbeda beda, mulai dari usia, penghasilan, pekerjaan yang beragam. Perbedaan tersebut juga mempengaruhi keputusan pembelian terhadap produk *Lets Go Gelato*.

6.1.2 Kesimpulan berdasarkan Tanggapan Responden

1. Tanggapan responden berdasarkan dimensi menunjukkan bahwa dimensi bukti fisik berada pada kategori baik, dimensi kehandalan berada pada kategori baik, dimensi daya tanggap berada pada kategori baik, dimensi jaminan berada pada kategori baik dan dimensi empati sangat baik. Dari semua dimensi, yang tertinggi adalah empati. Yang berarti *Lets Go Gelato Ciwalk* sudah melakukan empati yang lebih melainkan dimensi lain kepada konsumennya yang menjadikan konsumen pun nyaman terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Seperti senyum, sapa, ramah terhadap

konsumen, menanyakan apa yang ingin dibeli oleh konsumen dan selalu menerima *complain*.

2. 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 menanyakan apa yang ingin dibeli oleh konsumen dengan nilai rata-rata 4.31, pramusaji bersikap ramah dalam melayani konsumen dengan nilai rata-rata 4.29 dan pesanan yang dibuat cepat datang dengan nilai rata-rata 4.21. Dapat diambil kesimpulan dari pernyataan diatas, terdapat 3 pernyataan yang paling menonjol pada *Lets Go Gelato Ciwalk*. Dapat dinyatakan sangat setuju karena mereka sudah melakukan *action* pada pernyataan tersebut dalam melayani konsumen.
3. Dari tabel rekapitulasi tanggapan responden terhadap variabel kualitas pelayanan berdasarkan peringkat, diambil 2 pernyataan paling bawah yang dimana kedua pernyataan tersebut dikategorikan setuju yaitu, pramusaji mengganti gelato apabila pesanan yang dibuat salah atau tidak sesuai dengan yang diinginkan konsumen dengan nilai rata-rata 3.85 dan ruangan yang telah disediakan untuk duduk oleh *Lets Go Gelato Ciwalk* nyaman dengan nilai rata-rata 3.85. Hal ini harus bisa ditanggapi oleh perusahaan agar bisa meningkatkannya lagi dalam kualitas pelayanan menurut pernyataan diatas.

6.1.3 Kesimpulan berdasarkan Statistik

4. Berdasarkan hasil analisis korelasi dengan SPSS v.21 dapat disimpulkan bahwa adanya hubungan antara variabel X (kualitas pelayanan) dan variabel Y (keputusan pembelian) sebesar 0,775 yang menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi adalah searah dan berkategori mempunyai hubungan yang kuat. Berdasarkan interpretasi koefisien korelasi, nilai korelasi sebesar 0,775 termasuk kedalam kategori hubungan yang kuat, berada dalam kelas interval antara 0,600 – 0,799.
5. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di *Lets Go Gelato Ciwalk* Bandung dengan kontribusi yang diberikan sebesar 60,1%, sedangkan sisanya sebesar 39,9% lainnya merupakan kontribusi dari variabel lain yang tidak diteliti.

6.2 Saran

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

1. Berdasarkan tabel rekapitulasi tanggapan responden kualitas pelayanan berdasarkan peringkat, maka diambil 2 pernyataan paling bawah yang keduanya termasuk kategori setuju. Pada pernyataan paling bawah, dikatakan bahwa urutan paling bawah memiliki skor yang rendah. Maka dari itu peneliti akan memberikan saran untuk pernyataan yang paling bawah tersebut:

- a) Pernyataan pada dimensi jaminan yaitu pramusaji mengganti gelato apabila pesanan yang dibuat salah atau tidak sesuai dengan yang diinginkan konsumen. Saran untuk *Lets Go Gelato Ciwalk*, sebaiknya melakukan inovasi dengan membuat lembar pembelian yang berisi pilihan rasa agar pembeli dapat menentukan pilihannya secara pasti untuk menghindari kesalahan dalam pesanan yang dibuat. Disaat mengisi lembar pembelian tersebut, konsumen pun membayar sesuai pesanan yang dibeli lalu kasir memberikan lembaran yang diisi oleh konsumen tersebut kepada *scooper*, hal ini dilakukan agar *scooper* mengetahui ukuran dan rasa apa yang diinginkan oleh konsumen. Dan juga sebaiknya perusahaan memberi pelatihan kepada para pramusaji agar pramusaji bisa lebih terampil dalam melakukan tugasnya.
- b) Pernyataan pada dimensi bukti fisik yaitu ruangan yang telah disediakan untuk duduk oleh *Lets Go Gelato Ciwalk* nyaman. Hal yang perlu diperhatikan adalah masalah tempat duduk. Setelah diteliti oleh peneliti, kursi yang diberikan kurang sesuai dan kurang memadai dengan banyaknya pengunjung datang setiap harinya. Pada saat *long weekend*, pengunjung berdatangan lebih ramai daripada hari-hari kerja dan membuat sebagian para pengunjung tidak mendapatkan kursi karena jumlah kursi yang kurang memadai. Peneliti menyarankan jika *Lets Go Gelato Ciwalk* menambahkan jumlah kursi pada ruangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23* (Vol. 8). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kang, G. D., & James, J. (2004). Service Quality Dimensions : an Examination of Groomroos's Service Quality Model. *An International Journal* , 14 (4).
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Principle of Marketing* (Vol. 14 edition). United States: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (Vol. 15 edition). United States: Pearson Education Limited.
- Sekaran, U. (2006). *Research Methods For Business: A Skill-Building Approach* (Vol. 14). Wiley.
- Silalahi, U. (2006). *Metode Penelitian Sosial* (Vol. 1). Bandung: Unpar Press.
- Simamora, B. (2004). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis*.
- Sugiyono. (2012). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta. CV.
- Sugiyono. (2013). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Vol. 19). Bandung: ALFABETA, cv.
- Tjiptono, F. (2011). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.

WEBSITE

- ARSIGRAF. (2017). *Pengertian Menurut Para Ahli*. Retrieved from <http://www.arsigraf.com/2015/10/pengertian-restoran-menurut-para-ahli.html>
- Kementrian Perindustrian. (2016). *Industri Makanan dan Minuman Tumbuh 9,8 Persen Triwulan III 2016*. Retrieved from Siaran Pers: <http://www.kemenperin.go.id/artikel/16650/Industri-Makanan-dan-Minuman-Tumbuh-9,8-Persen-Triwulan-III-2016>
- Kompas. (2014, September 21). Retrieved from Apakah Bedanya Gelato dengan Es Krim?:<http://travel.kompas.com/read/2014/09/21/151111627/Apakah.Bedanya.Gelato.dengan.Es.Krim>.
- Kompas. (2015). *Lebih Sehat dengan Memasak Sendiri di Rumah*. Retrieved from <http://lifestyle.kompas.com/read/2015/06/18/162840723/Lebih.Sehat.dengan.Memasak.Sendiri.di.Rumah>
- Vidya, N. (2017, Maret 30). Retrieved from Ini Bedanya Rumah Makan dan Restoran, Café dan Bistro, Warung dan Kedai, Food Court dan Urban Food Court: <https://www.zetizen.com/show/7942/ini-bedanya-rumah-makan-dan-restoran-cafe-dan-bistro-warung-dan-kedai-food-court-dan-urban-food-court>