

BAB IV

PENUTUP

Pada bab ini disajikan kesimpulan dari penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen RM Wajan Mas Kudus) beserta saran-saran yang diharapkan dapat memberikan masukan dan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

4.1 Kesimpulan

Dengan melihat hasil penelitian dan pembahasan tentang pengaruh kualitas pelayanan (X_1) dan harga (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan RM Wajan Mas Kudus berdasarkan penelitian ini adalah baik. Diketahui bahwa sebagian responden menyatakan baik yaitu sebanyak 72 responden atau (72%). Ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menilai kualitas pelayanan yang diberikan RM Wajan Mas Kudus adalah baik, seperti penataan desain interior maupun eksterior yang baik, lokasi yang mudah dijangkau, memiliki area parkir yang memadai, kebersihan fasilitas toilet dan tempat cuci tangan terjaga, daftar menu jelas dan mudah dipahami, karyawan berpenampilan rapi, variasi makanan banyak, kebersihan makanan terjaga, karyawan tepat dalam memberikan informasi, karyawan cepat dalam penyajian makanan, porsi makanan yang memadai, karyawan bersedia melayani kebutuhan konsumen, karyawan bersedia melayani setiap keluhan konsumen, kemudahan

dalam pemesanan makanan dan minuman, karyawan bersikap ramah dan sopan, karyawan jujur dalam pelayanan, dapat merasa aman dan nyaman saat di rumah makan, karyawan memahami setiap kebutuhan konsumen, dan karyawan mengenali konsumen sebagai pelanggan secara individual. Namun demikian, masih terdapat responden yang menyatakan kualitas pelayanan cukup tinggi (27%). Ini menunjukkan bahwa responden menilai penataan desain interior maupun eksterior cukup baik, lokasi yang cukup mudah dijangkau, memiliki area parkir yang cukup memadai, kebersihan fasilitas toilet dan tempat cuci tangan cukup terjaga, daftar menu cukup jelas dipahami, karyawan berpenampilan cukup rapi, variasi makanan cukup banyak, kebersihan makanan cukup terjaga, karyawan cukup tepat dalam memberikan informasi, karyawan cukup cepat dalam penyajian makanan, porsi makanan yang cukup memadai, karyawan cukup bersedia melayani kebutuhan konsumen, karyawan cukup bersedia melayani setiap keluhan konsumen, cukup mudah dalam pemesanan makanan dan minuman, karyawan bersikap cukup ramah dan sopan, karyawan cukup jujur dalam pelayanan, dapat merasa cukup aman dan nyaman saat di rumah makan, karyawan cukup memahami setiap kebutuhan konsumen, dan karyawan cukup mengenali konsumen sebagai pelanggan secara individual.

2. Harga menu makanan pada RM Wajan Mas Kudus berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap 100 responden menunjukkan bahwa sebagian besar responden yaitu sebanyak 59 responden atau (59%) menyatakan harga menu makanan yang ditetapkan oleh RM Wajan Mas Kudus adalah terjangkau, yaitu

konsumen merasa harga yang ditawarkan terjangkau oleh daya beli mereka, harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas kepenyediaan jasa rumah makan, dan perbandingan harga yang tidak kalah dengan rumah makan setara lainnya. Namun demikian, masih terdapat responden yang menyatakan harga cukup terjangkau (37%). Ini menyatakan bahwa responden merasa harga yang ditawarkan RM Wajan Mas Kudus cukup terjangkau dengan daya beli mereka, harga cukup sesuai dengan kualitas kepenyediaan jasa, dan perbandingan harga yang cukup murah dengan RM setara lainnya.

3. Keputusan pembelian konsumen pada RM Wajan Mas Kudus berdasarkan penelitian ini adalah mayoritas responden yaitu 55 responden atau (55%) menyatakan keputusan pembelian tinggi. Ini berarti bahwa responden menyatakan jika keberadaan RM Wajan Mas Kudus sudah sesuai dengan kebutuhannya, tidak mempertimbangkan produk lain sebagai pembanding, tidak membutuhkan waktu yang lama untuk melakukan pembelian, puas setelah melakukan pembelian, dan berkeinginan untuk merekomendasikan kepada orang lain. Sementara itu sebanyak 2 responden atau (2%) menyatakan keputusan pembelian rendah, karena responden merasa keberadaan RM Wajan Mas Kudus tidak sesuai dengan kebutuhannya, sangat mempertimbangkan produk lain sebagai pembanding, membutuhkan waktu lama untuk melakukan pembelian, tidak puas setelah melakukan pembelian, dan tidak berkeinginan untuk merekomendasikan kepada orang lain.

4. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada RM Wajan Mas Kudus menunjukkan adanya pengaruh signifikan yang nyata dapat dibuktikan dari hasil uji t hitung ($12,473 > t \text{ tabel } (1,984)$), kualitas pelayanan memiliki hubungan positif dapat diketahui dari hasil koefisien regresi sebesar (0,248) dan adanya pengaruh yang kuat dimana koefisien korelasinya sebesar (0,783) termasuk dalam kategori kuat. Hasil positif ini menunjukkan bahwa pengaruh antara variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian adalah searah artinya apabila responden menilai bahwa kualitas pelayanan yang diberikan RM Wajan Mas Kudus adalah baik maka responden memiliki tingkat keputusan pembelian yang tinggi karena responden tidak ingin beralih ke rumah makan lain dan tetap menggunakan jasa RM Wajan Mas Kudus dan begitu pula sebaliknya, apabila kualitas pelayanan RM Wajan Mas Kudus adalah buruk maka tingkat keputusan pembelian RM Wajan Mas Kudus rendah sebab responden ingin beralih menggunakan jasa rumah makan lain. Berpengaruh kuat artinya apabila RM Wajan Mas Kudus meningkatkan kualitas pelayanannya sedikit saja seperti bersikap ramah terhadap konsumen, maka tingkat keputusan pembelian konsumen semakin tinggi sebab responden mengharapkan pelayanan yang berkualitas ketika menggunakan jasa RM Wajan Mas Kudus. Dengan demikian, responden ingin menggunakan jasa RM Wajan Mas Kudus secara berulang. Sedangkan dengan menggunakan koefisien determinan didapat hasil sebesar 0,614 atau 61,4% yang berarti bahwa sumbangan pengaruh yang diberikan variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian sebesar 61,4%,

sedangkan sisanya sebesar 38,6% dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, misalnya harga, citra merek, promosi, lokasi, dan lain-lain

5. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada RM Wajan Mas Kudus menunjukkan adanya pengaruh signifikan yang nyata dapat dibuktikan dari hasil uji t hitung $(7,154) > t$ tabel $(1,984)$, harga memiliki hubungan yang positif dapat diketahui dari hasil koefisien regresi sebesar $(0,994)$ dan adanya pengaruh yang cukup kuat dimana koefisien korelasinya sebesar $(0,586)$ termasuk dalam kategori cukup kuat. Hasil positif ini menunjukkan bahwa pengaruh antara variabel harga terhadap keputusan pembelian adalah searah artinya apabila responden menilai harga menu makanan RM Wajan Mas Kudus terjangkau, maka responden memiliki tingkat keputusan pembelian yang tinggi karena responden ingin menggunakan jasa RM Wajan Mas Kudus secara berulang dan begitu pula sebaliknya, apabila harga menu makanan RM Wajan Mas Kudus tidak terjangkau, maka tingkat keputusan pembelian konsumen RM Wajan Mas Kudus rendah sebab konsumen tidak ingin menggunakan jasa RM Wajan Mas Kudus secara berulang. Berpengaruh cukup kuat artinya apabila harga menu makanan RM Wajan Mas Kudus dilakukan perubahan sedikit saja seperti menerapkan harga menu makanan RM Wajan Mas Kudus lebih murah dibanding rumah makan lain, maka akan mempengaruhi tingkat keputusan pembelian konsumen RM Wajan Mas Kudus.

Sedangkan dengan menggunakan koefisien determinasi didapat hasil sebesar 0,343 atau 34,3% yang berarti bahwa sumbangan pengaruh yang diberikan variabel harga terhadap keputusan pembelian sebesar 34,3%, sedangkan sisanya sebesar 65,7% dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian misalnya kualitas pelayanan, lokasi, citra merek, promosi, dan lain-lain.

6. Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada RM Wajan Mas Kudus menunjukkan adanya pengaruh signifikan dapat dilihat dari hasil uji f hitung ($77,494$) $>$ f tabel ($3,089$), kualitas pelayanan dan harga memiliki hubungan yang positif dapat diketahui dari hasil koefisien regresi sebesar ($0,236$) untuk variabel kualitas pelayanan dan ($0,095$) untuk variabel harga dan adanya pengaruh yang kuat dimana koefisien korelasinya sebesar ($0,784$) termasuk dalam kategori kuat. Hasil positif ini menunjukkan bahwa pengaruh antara variabel harga dan variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian adalah searah artinya apabila kualitas pelayanan yang diberikan RM Wajan Mas Kudus adalah baik dan harga menu makanan RM Wajan Mas Kudus terjangkau, maka responden memiliki keputusan pembelian yang tinggi karena responden tidak ingin beralih ke rumah makan lain dan tetap menggunakan jasa RM Wajan Mas Kudus dan begitu pula sebaliknya, apabila harga menu RM Wajan Mas Kudus tidak terjangkau dan kualitas pelayanan RM Wajan Mas Kudus adalah buruk, maka tingkat keputusan pembelian konsumen RM Wajan Mas Kudus rendah karena responden ingin beralih ke rumah makan

lain. Berpengaruh kuat artinya apabila RM Wajan Mas Kudus melakukan perubahan sedikit saja seperti memberikan pelayanan yang lebih baik, area parkir yang memadai, kejelasan daftar menu, kesediaan karyawan dalam melayani kebutuhan konsumen, kesediaan karyawan dalam melayani setiap keluhan konsumen, keramahan dan kesopanan karyawan, dan karyawan harus bisa mengenali konsumen sebagai pelanggan secara individual dan memberikan harga menu makanan terjangkau, maka tingkat keputusan pembelian konsumen semakin tinggi sebab responden ingin menggunakan jasa RM Wajan Mas Kudus secara berulang.

Sedangkan dengan menggunakan koefisien determinan didapat hasil sebesar 0,615 atau 61,5% yang berarti bahwa sumbangan pengaruh yang diberikan variabel kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian sebesar 61,5%, sedangkan sisanya sebesar 38,5% dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, misalnya promosi, citra merek, variasi menu, lokasi, dan lain-lain.

4.2 Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan penelitian yang telah disampaikan maka penyusun memberikan beberapa saran yang dapat dijadikan masukan sebagai bahan untuk memperbaiki keputusan pembelian konsumen pada RM Wajan Mas Kudus.

Berikut saran-saran yang dikemukakan penyusun yang dapat bermanfaat bagi kemajuan perusahaan:

1. Kualitas pelayanan berdasarkan penelitian ini berpengaruh kuat sebesar (0,236) terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian bisa dikatakan bahwa baik dan buruknya kualitas pelayanan RM Wajan Mas Kudus dapat mempengaruhi tinggi dan rendahnya keputusan pembelian RM Wajan Mas Kudus. Sehingga bila perusahaan ingin memiliki tingkat keputusan pembelian yang tinggi, maka perusahaan perlu meningkatkan kualitas pelayanan RM Wajan Mas Kudus, seperti memberikan lokasi yang mudah dijangkau, area parkir yang memadai, kesediaan karyawan dalam melayani kebutuhan konsumen, memberikan daftar menu yang jelas, kesediaan karyawan dalam melayani setiap keluhan konsumen, keramahan dan kesopanan karyawan kepada konsumen, serta mengenali konsumen sebagai pelanggan.
2. Harga berdasarkan penelitian ini berpengaruh cukup kuat (0,095) terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian bisa dikatakan bahwa keterjangkauan harga menu makanan RM Wajan Mas Kudus dapat mempengaruhi tinggi dan rendahnya keputusan pembelian konsumen RM Wajan Mas Kudus. Sehingga bila perusahaan ingin memiliki keputusan pembelian yang tinggi, maka perusahaan perlu melakukan kebijakan yang tepat berkaitan dengan harga, yaitu menerapkan harga menu yang lebih murah dibandingkan rumah makan lain. Apabila perusahaan mengharuskan menaikkan harga menu makanan sebaiknya harga menu makanan yang ditetapkan tidak lebih mahal atau harga menu makanan lebih murah sedikit dibanding harga menu makanan rumah makan lain.