

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, penelitian ini berhasil mengidentifikasi pengaruh dari empat variabel independen, yaitu lokasi, kualitas makanan, pelayanan, dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen di Warung Makan Bejo. Setiap variabel berperan penting dalam membentuk keputusan pembelian, namun masing-masing memiliki tingkat pengaruh yang berbeda-beda. Berikut adalah kesimpulan dari hasil penelitian ini:

1. **Pengaruh Individu:** Lokasi, kualitas makanan, kualitas pelayanan, dan harga masing-masing memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Warung Makan Bejo. Lokasi yang strategis, kualitas makanan yang memenuhi ekspektasi, pelayanan yang baik, dan harga yang kompetitif menjadi faktor utama yang memengaruhi keputusan konsumen.
2. **Pengaruh Simultan:** Secara bersama-sama, keempat variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, yang menunjukkan bahwa kombinasi faktor lokasi, kualitas makanan, pelayanan, dan harga menjadi penentu utama dalam membentuk keputusan konsumen untuk membeli.
3. **Variabel Dominan:** Penelitian ini menyimpulkan bahwa variabel harga memiliki pengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian di Warung Makan Bejo. Harga yang kompetitif dan sesuai dengan kualitas produk menjadi pertimbangan utama konsumen dalam menentukan pilihan, terutama dalam segmen pasar yang sensitif terhadap harga. Selain

itu, meskipun lokasi, kualitas makanan, dan pelayanan juga berpengaruh signifikan, harga yang terjangkau memberikan daya tarik kuat dan menjadi faktor penentu utama dalam memengaruhi keputusan pembelian. Kombinasi variabel lain dengan harga yang kompetitif memperkuat strategi pemasaran untuk menarik dan mempertahankan konsumen.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan Kesimpulan tersebut, peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut :

1. Lokasi

Mengingat lokasi strategis Warung Makan Bejo yang berdekatan dengan Universitas Islam Raden Rahmat Malang menjadi salah satu determinan keputusan pembelian, disarankan untuk mempertahankan keunggulan ini dengan memastikan aksesibilitas dan visibilitas yang optimal. Selain itu, penambahan fasilitas penunjang seperti area parkir yang memadai dan penanda lokasi yang jelas dapat lebih meningkatkan kenyamanan pelanggan dan daya tarik lokasi.

2. Kualitas Makanan

Kualitas makanan merupakan faktor yang signifikan dalam memengaruhi keputusan pembelian. Oleh karena itu, perlu dilakukan inovasi produk secara berkelanjutan, seperti menambah varian menu yang sesuai dengan selera konsumen dan tren pasar. Selain itu, disarankan untuk menjaga konsistensi kualitas makanan dalam hal rasa, kebersihan, penyajian, dan porsi. Evaluasi rutin melalui survei kepuasan pelanggan dapat digunakan untuk memastikan ekspektasi konsumen terpenuhi.

3. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan, yang meliputi keandalan, responsivitas, dan perhatian terhadap kebutuhan pelanggan, merupakan elemen krusial dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. Disarankan untuk menyelenggarakan pelatihan staf secara berkala guna meningkatkan kompetensi dalam memberikan pelayanan prima. Penerapan sistem umpan balik pelanggan juga dapat membantu mengidentifikasi kekurangan dalam pelayanan sehingga dapat segera diperbaiki.

4. Harga

Harga yang kompetitif menjadi salah satu daya tarik utama bagi konsumen. Oleh karena itu, penting untuk mengevaluasi strategi penetapan harga agar tetap seimbang antara nilai yang diterima konsumen dan kualitas yang diberikan. Selain itu, penerapan strategi harga yang fleksibel, seperti paket promosi atau program loyalitas, dapat menarik lebih banyak pelanggan, khususnya mahasiswa sebagai segmen pasar utama.

5. Pengaruh Simultan

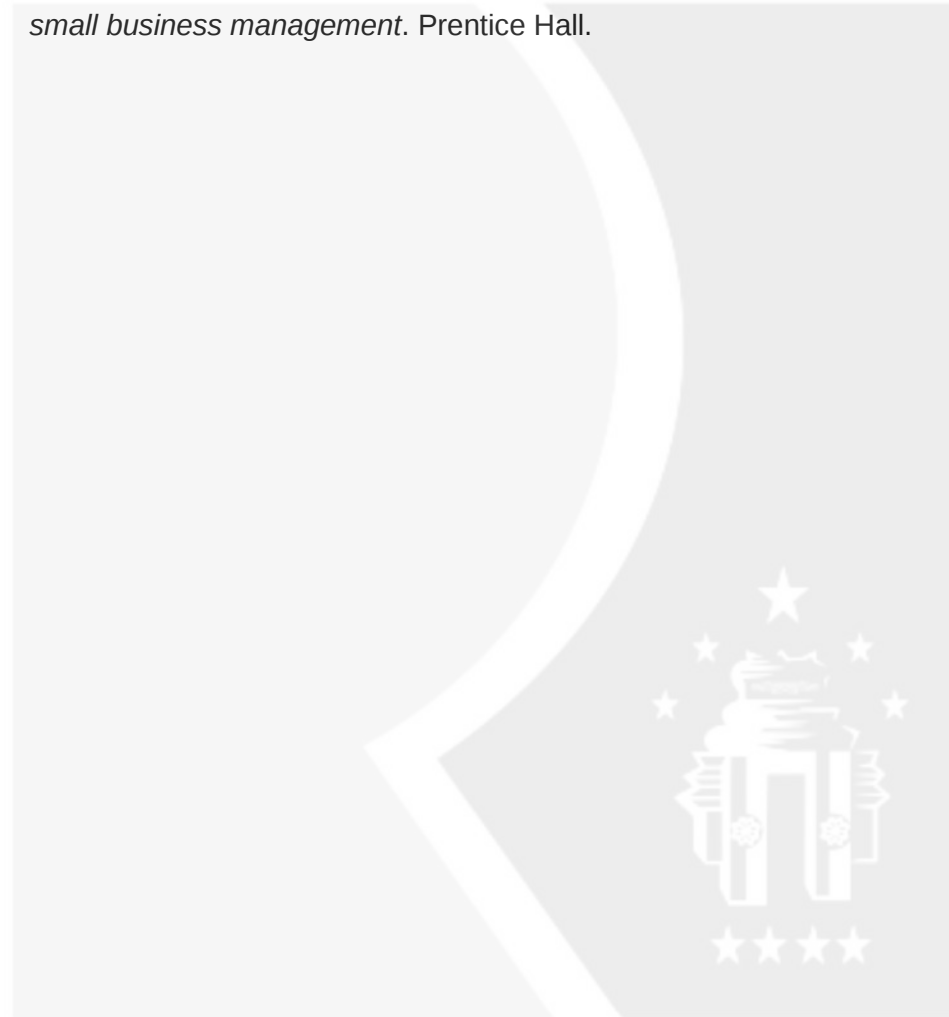
Berdasarkan temuan penelitian yang menunjukkan bahwa lokasi, kualitas makanan, pelayanan, dan harga secara simultan memengaruhi keputusan pembelian, disarankan untuk melakukan integrasi strategi pemasaran yang mengoptimalkan keempat variabel tersebut. Pendekatan holistik ini bertujuan untuk menciptakan pengalaman pelanggan yang menyeluruh sehingga dapat meningkatkan daya saing bisnis secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abduh, R., & Syarif, R. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas makanan dan lingkungan fisik terhadap kepuasan pelanggan (Studi kasus pada restoran Dapur Indonesia Menteng). *Ikraith-Ekonomika*, 5(3), 236–245.
- Aina. (2021). Pengaruh kualitas layanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada Hafiz Resto di Siak Sri Indrapura. Skripsi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Alma, B. (2007). *Manajemen pemasaran & pemasaran jasa*. CV. Alfabeta. Bandung.
- Alma, B. (2011). *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Amstrong dan Kotler. 1999. Prinsip- Prinsip Pemasaran dan Organisasi. Vol. 2, No. 1.Indonesia.Jilid 1 dan 2. Erlangga. Jakarta
- Aprih Santoso, S., & Widowati, S. Y. (2011). Pengaruh kualitas layanan, fasilitas dan lokasi terhadap keputusan pembelian (Studi kasus pada Kopima USM).
- Binaraesa, N. N. P. C., Hidayat, I., & Lestariningsih, M. (2021). Store atmosphere memoderasi pengaruh kualitas makanan dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen (Studi pada konsumen Moonk Cartil & Cafe Surabaya). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(2), 61–68.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS*. Badan Penerbit UNDIP. Semarang.
- Gitosudarmo, I. (2008). *Manajemen pemasaran* (edisi kedua, cetakan pertama). BPFE. Yogyakarta.
- Hartono, J. (2007). *Metodologi penelitian bisnis*. BPFE. Yogyakarta.
- Hasan, A. (2009). *Marketing*. Media Presindo. Jakarta.
- Herdiana, N. (2015). *Manajemen strategi pemasaran*. CV. Pustaka Setia. Bandung.
- Jeni Raharjani. 2005. "Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan pemilihan Konsumen." *Jurnal Bisnis dan Strategi*. Tahun VI,h.99-115.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2001). *Prinsip-prinsip pemasaran* (Edisi 12 Jilid 1). Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). *Prinsip-prinsip pemasaran* (Edisi 12 Jilid 1). Erlangga. Jakarta.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran* (Edisi 13 Jilid 2). Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Edisi tiga belas Bahasa Pasar Swalayan Sebagai Tempat Berbelanja.” Jurnal Studi Manajemen Pearson Education, Inc.
- Kuncoro, M. (2013). *Metode riset untuk bisnis dan ekonomi*. Erlangga. Jakarta.
- Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2001). *Pemasaran* (Buku 1). Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyadi, R. (2013). *Manajemen pemasaran jasa* (Edisi 3). Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Nitisusastro, M. (2012). *Perilaku konsumen dalam perspektif kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Oentoro, D. (2010). *Manajemen pemasaran modern*. LaksBang PRESSindo. Yogyakarta.
- Prastiwi, M. P. (2018). Analisis pengaruh kualitas makanan, kualitas pelayanan dan lingkungan fisik terhadap kepuasan pelanggan. *Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 1–14.
- Rambat Lupiyadi, & Hamdani, A. (2009). *Manajemen pemasaran jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku konsumen*. C.V Andi Offset.
- Schiffman dan Kanuk. (2008). *Perilaku konsumen*. Edisi 7. Jakarta: Indeks
- Sianipar, R. (2020). Pengaruh kualitas makanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Food Junction Canteen Universitas Pelita Harapan Karawaci. *Jurnal Ilmiah Simantek*, 4(2), 161–168.
- Stefen, Y., & E. (2019). Analisis pengaruh kualitas pelayanan, lingkungan fisik dan kualitas makanan terhadap kepuasan konsumen pada restoran Kampoenng Kita. *ULTIMA Management*, 10(2), 129–143.
- Subihaini. 2001. “Analisis Konsekuensi Kualitas Layanan pada Perilaku
- Sugiono. (2014). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Sugiono. (2016). *Metode penelitian dan pengembangan (Research and Development/ R&D)*. Alfabeta. Bandung.
- Suhartanto, A. Y., & Hidayat, A. (2018). Pengaruh kualitas lingkungan fisik, makanan, dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, citra restoran, dan word of mouth. Universitas Muhammadiyah Surakarta, 1–18.

- Tjiptono, F. (2005). *Pemasaran jasa* (Edisi 1). Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran jasa prinsip/penerapan/penelitian*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Yulianto, N., Gracia, E., & Novia, J. (2021). The effect of food quality and price fairness on millennial generations customer satisfaction during the Covid-19 pandemic period. *Journal FAME*, 4(1).
- Zimmerer, T. W., & Scarborough, N. M. (2009). *Essentials of entrepreneurship and small business management*. Prentice Hall.



UNIVERSITAS ISLAM
RADEN RAHMAT