

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian sejak dilakukan pengumpulan data hingga pembahasan, maka penulis menarik beberapa kesimpulan mengenai pengaruh motif beli konsumen terhadap kepuasan konsumen di Restaurant Ikan Bakar Pak Chi Met sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil kuesioner yang disebarakan kepada konsumen yang secara dominan datang di Restaurant Ikan Bakar Pak Chi Met adalah pria (55%), dengan usia antara 20-30 tahun (38%), yang berpendidikan terakhir SMU / Kejuruan (57%), memiliki pekerjaan sebagai karyawan (34%) dan dengan pendapatan sebesar < Rp 1.000.000,- (47%)
2. Setelah jawaban para responden tersebut dianalisis dengan menggunakan korelasi rank Spearman, maka didapat suatu hubungan positif dan searah antara variabel x (motif beli konsumen) dan variabel y (kepuasan konsumen) dilihat dari angka koefisien korelasi rank Spearman sebesar 0,81 yang artinya apabila upaya pemenuhan motif beli konsumen meningkat maka kepuasan konsumen di Restaurant Ikan Bakar Pak Chi Met akan meningkat pula. Dari uji signifikansi didapat bahwa antara kedua variabel memiliki hubungan positif dimana H_0 ditolak dan H_1 diterima yaitu t_{hitung} 13,67 dan t_{tabel} 1,990.

Jadi hipotesis diterima yaitu semakin upaya pemenuhan motif beli konsumen meningkat, maka kepuasan konsumenpun akan semakin meningkat pula. Dari hasil pengukuran dengan menggunakan koefisien determinasi (Kd) didapat hasil sebesar 65,61%. Hal ini berarti variabel motif beli konsumen mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar 65,61% sedangkan sisanya sebesar 34,39% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

3. Pelaksanaan aspek-aspek yang berhubungan dengan motif beli konsumen adalah penting dalam persaingan dengan perusahaan yang menawarkan produk / jasa yang sama. Berdasarkan hasil penelitian, pelaksanaan pemenuhan motif beli konsumen di Restaurant Ikan Bakar Pak Chi Met mempunyai pengaruh yang kuat terhadap kepuasan konsumen. Kegiatan yang dilaksanakan perusahaan secara umum sudah mencerminkan tanggapan perusahaan terhadap apa yang sebenarnya menjadi alasan konsumen untuk mengunjungi restaurant tertentu serta sebagai jawaban atas kegiatan yang dijalankan pesaing.

5.2 Saran

Pada umumnya pelaksanaan pemenuhan motif beli konsumen yang dilakukan perusahaan sudah baik. Namun berdasarkan analisa yang telah dilakukan, maka penulis mencoba memberikan beberapa saran untuk dapat lebih meningkatkan

pelaksanaan pemenuhan motif beli konsumen yang dilakukan oleh perusahaan antara lain :

1. Tempat parkir merupakan unsur dari motif beli konsumen yang perlu mendapat perhatian khusus. Penulis menyarankan agar pihak Restaurant Ikan Bakar Pak Chi Met memperluas area parkir yang tersedia. Dalam melaksanakan pemenuhan unsur tempat parkir, masalah penambahan luas tempat parkir perlu dipikirkan dalam perencanaan jangka panjang.
2. Sebaiknya pertunjukan musik yang diadakan oleh pihak restaurant jangan hanya diadakan hari sabtu dan minggu saja, karena pertunjukan yang diadakan sudah memuaskan konsumen yang datang berkunjung. Ada baiknya sekali-kali pihak restaurant mengundang sekelompok grup band untuk menambah daya tarik.
3. Sebaiknya pihak restaurant menggunakan media promosi lainnya selain surat kabar, karena penulis yakin dengan menggunakan media promosi lainnya dapat menarik konsumen untuk mencoba berkunjung ke Restaurant Ikan Bakar Pak Chi Met.