

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. SIMPULAN

Berdasarkan pengolahan data yang sudah dilakukan pada 210 orang responden pengunjung Mouton Slice & Grill, maka peneliti dapat menarik simpulan sebagai berikut:

1. Para pengunjung Mouton Slice & Grill sebagian besar (51.9%) memiliki jenis kelamin Wanita, memiliki rentang usia antara 18-25 tahun, terkadang mengunjungi Mouton Grill, dan memiliki penghasilan perbulan IDR. 1.000.000 sampai Rp. 3.000.000.
2. Berdasarkan pengolahan Validitas alat ukur, peneliti menemukan bahwa dengan menggunakan teknik CFA, didapat 10 item valid untuk variabel Promosi Penjualan, 2 item valid untuk variabel kebijakan harga, dan 3 item valid untuk variabel keputusan pembelian.
3. Hasil pengolahan data yang ditemukan dengan rumus Alpha Cronbach, sudah cukup reliabel.
4. Berdasarkan pengolahan Uji Asumsi Klasik, data yang diteliti sudah memiliki kecenderungan berdistribusi Normal, tidak menunjukkan gejala heteroskedastisitas, dan tidak menunjukkan gejala Multikolinearitas.

5. Terdapat pengaruh yang signifikan antara kegiatan promosi terhadap keputusan pembelian pada Mouton Slice and Grill, dimana berarti sebesar 75.7% dari keputusan pembelian dalam penelitian ini dipengaruhi oleh promosi penjualan,
6. Peneliti menemukan persamaan regresi sebagai berikut:

$$\text{keputusan pembelian} = .992 + .876 \times \text{kegiatan promosi}$$

Yang berarti:

- a. Jika variabel lain konstan, maka nilai keputusan pembelian adalah sebesar .992
 - b. Jika kegiatan promosi mengalami kenaikan 1 (satu) poin, maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar .876 poin.
7. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Kebijakan Harga terhadap keputusan pembelian pada Mouton Slice and Grill, dimana sebesar 48.1% dari keputusan pembelian dalam penelitian ini dipengaruhi oleh kebijakan harga
8. Peneliti menemukan persamaan regresi sebagai berikut:

$$\text{keputusan pembelian} = 1.832 + .651 \times \text{kebijakan harga}$$

Yang berarti:

- Jika variabel lain konstan, maka nilai keputusan pembelian adalah sebesar 1.832

- Jika kegiatan promosi mengalami kenaikan 1 (satu) poin, maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar .651 poin.

5.2. IMPLEMENTASI MANAJERIAL

Dari hasil penelitian dan pengolahan data, maka penelitian ini memiliki Implementasi Manajerial sebagai berikut:

- Dari hasil penelitian, peneliti menemukan bahwa promosi penjualan merupakan salah satu variabel dengan pengaruh yang sangat kuat terhadap keputusan pembelian yang dilakukan oleh para konsumen. Dengan demikian, peneliti mengharapkan Mouton Slice & Grill tetap dapat mempertahankan strategi promosi yang dilakukan, seperti melakukan kegiatan komunitas, aktivitas diskon, *buy one get one*, dan kerjasama dengan pihak bank untuk rutin mengadakan aktivitas promosi penjualan. Dengan mempertahankan dan meningkatkan aktivitas promosi penjualan ini, diharapkan dapat tersu mendorong para pelanggan di Mouton Slice & Grill untuk melakukan keputusan pembelian saat berada di lokasi
- Saat ini, kebijakan harga yang ditetapkan sudah memiliki pengaruh dengan keputusan pembelian. Artinya, pada para responden yang diteliti, harga yang ditetapkan oleh Muton Slice & Grill sudah sesuai dengan produk dan pelayanan yang didapat. Untuk itu, peneliti

berharap Mouton Slice & Grill tetap dapat mempertahankan Kebijakan Harga yang telah dibuat saat ini.

5.3. KETERBATASAN PENELITIAN

Dari hasil penelitian dan pengolahan data, maka penelitian ini memiliki keterbatasan sebagai berikut:

- Karena peneliti bertujuan untuk melihat Promosi Penjualan dan Kebijakan Harga di lingkungan Mouton Slice & Grill, hasil penelitian ini dapat digeneralisasikan pada para responden yang pernah mengunjungi lingkungan Mouton Slice & Grill saja
- Sesuai dengan variabel yang diukur, penelitian ini membatasi kegiatan penelitian hanya pada 2 dari 7 komponen Service Mix, yaitu *Promotion* dan *Price*. Karena itu, hasil penelitian hanya dapat digeneralisasikan pada aktivitas promosi dan kebijakan harga yang dilakukan oleh konsumen.
- Karena adanya keterbatasan waktu, maka peneliti hanya menemukan 210 orang responden dari seluruh pengunjung Mouton Slice&Grill. Karena itu, data yang digunakan tidak dapat mewakili seluruh populasi kota Bandung, melainkan pengunjung yang pernah berada dalam lingkungan Mouton Slice & Grill saja.

5.4 SARAN

Pada para peneliti yang akan melakukan penelitian sejenis, peneliti memberi saran untuk :

- Dapat mengambil data dalam jumlah yang lebih besar, sehingga hasil penelitian yang dilakukan dapat digeneralisasikan pada kelompok populasi yang lebih luas.
- Peneliti menyarankan peneliti selanjutnya untuk dapat melakukan penelitian dengan metodologi lainnya, seperti perbandingan dari dua restoran/kafe atau lebih, untuk dapat melihat bagaimana faktor-faktor yang ada di lingkungan kafe (seperti tata letak/lokasi, tampilan) dapat berpengaruh pada keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen

