

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen *J.CO Donuts & Coffee* Bandung, yang diolah menggunakan SPSS 16.0 untuk menganalisa pengaruh situasi pembelian terhadap keputusan pembelian dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

- 1 Sebagian besar responden *J.CO Donuts & Coffee* Bandung adalah wanita berusia 21 – 25 tahun yang sedang menempuh perkuliahan (S1). Secara keseluruhan para responden memberikan persepsi yang positif terhadap pernyataan yang diajukan dalam kuesioner mengenai situasi pembelian konsumen *J.CO Donuts & Coffee* Bandung terhadap keputusan pembelian konsumen *J.CO Donuts & Coffee* Bandung.

- 2 Situasi Pembelian

Dari komponen pernyataan situasi pembelian yang valid secara berturut-turut SP1, SP3, SP4, SP5, SP7, SP10, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Pencahayaan yang digunakan gerai *J.CO Donuts & Coffee* Bandung sudah sangat baik dan tidak menyilaukan penglihatan konsumen yang berada di dalam gerai.
- b. Sirkulasi udara pada gerai *J.CO Donuts & Coffee* Bandung baik dan dapat membuat konsumen nyaman di dalam gerai

- c. Suasana di dalam gerai *J.CO Donuts & Coffee* Bandung nyaman dan sangat memungkinkan untuk dijadikan tempat berkumpul bercengkrama bersama teman.
- d. Layout gerai *J.CO Donuts & Coffee* Bandung juga ditata dengan baik hingga memudahkan konsumen untuk ber lalulintas.
- e. *Display* produk *J.CO Donuts & Coffee* Bandung tertata dengan apik dan menarik hingga memudahkan konsumen untuk memilih produk yang diinginkannya.
- f. Gerai *J.CO Donuts & Coffee* Bandung adalah tempat yang nyaman untuk berkumpul bersama teman.

3 Keputusan Pembelian

Dari komponen pernyataan keputusan pembelian yang valid dan reliabel berturut-turut KP1 sampai dengan KP10 dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Konsumen terdorong untuk memenuhi kebutuhan donat pada gerai *J.CO Donuts & Coffee* Bandung.
- b. Konsumen merasa kebutuhannya terpenuhi ketika membeli produk *J.CO Donuts & Coffee* Bandung.
- c. Konsumen dapat dengan mudah mendapatkan informasi mengenai produk yang ditawarkan oleh *J.CO Donuts & Coffee* Bandung.
- d. Konsumen terdorong untuk mencari informasi mengenai *J.CO Donuts & Coffee* Bandung.
- e. *J.CO Donuts & Coffee* Bandung menjadi alternatif pilihan utama konsumen dalam memenuhi kebutuhan *donuts & coffee*.

- f. Konsumen merasa yakin ketika membeli produk *J.CO Donuts & Coffee* Bandung adalah keputusan yang tepat
- g. Konsumen tidak membeli produk *donuts & coffee* lain selain pada gerai *J.CO Donuts & Coffee* Bandung.
- h. Konsumen merasa puas setelah berbelanja di gerai *J.CO Donuts & Coffee* Bandung.
- i. Dan konsumen akan merekomendasikan *J.CO Donuts & Coffee* Bandung pada orang lain.

Dari semua variabel dimensi diatas, yang mengacu pada karakteristik situasi pembelian berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen *J.CO Donuts & Coffee* Bandung.

5.2 Saran

Dari hasil kuesioner yang disebarakan kepada konsumen *J.CO Donuts & Coffee* Bandung, situasi pembelian berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen *J.CO Donuts & Coffee* Bandung dengan nilai pengaruh sebesar 22,1%. Namun terdapat beberapa pernyataan tentang situasi pembelian yang tidak sesuai dengan yang dirasakan konsumen *J.CO Donuts & Coffee* Bandung hingga dapat menjadi saran bagi pengusaha gerai *J.CO Donuts & Coffee* Bandung.

- 1 Gerai *J.CO Donuts & Coffee* Bandung dapat mencoba untuk memasang perangkat untuk instrumental musik yang dapat mendukung konsumen untuk menghabiskan waktu lebih banyak berada di dalam gerai *J.CO Donuts & Coffee* Bandung .

- 2 Fasilitas internet berupa WiFi yang sudah dilakukan perlu ditingkatkan, terutama pada kecepatan standar koneksi internet *J.CO Donuts & Coffee* Bandung. Hal ini dapat meningkatkan kepuasan konsumen dalam mengkonsumsi produk makanan dan minuman *J.CO Donuts & Coffee* Bandung pada gerai (*dine in*) sehingga konsumen dapat melakukan transaksi pembelian lebih banyak pada tiap kunjungannya.
- 3 Dengan konsep dapur terbuka pada gerai *J.CO Donuts & Coffee* Bandung ternyata konsumen tidak tertarik untuk melihat proses pembuatan donat. Sebab itu penulis menyarankan bahwa pengusaha gerai *J.CO Donuts & Coffee* Bandung dapat mengubah strategi *open kitchen* menjadi *closed kitchen* (konsep konvensional) karena menurut survei kuesioner, responden menilai konsep *open kitchen* tidak memberikan manfaat langsung bagi konsumen. Penulis menyarankan agar pengusaha gerai lebih berfokus untuk memaksimalkan *space* gerai agar dapat menampung jumlah konsumen lebih banyak sehingga dapat meningkatkan penjualan produk *J.CO Donuts & Coffee* Bandung.