

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil pengolahan data dan pengujian penelitian yang telah dilakukan pada bab sebelumnya maka kesimpulan akhir untuk penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel diferensiasi produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen katering di Kota Padang. Perusahaan jasa katering dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen dengan melakukan diferensiasi produk seperti penambahan berbagai jenis menu makanan, variasi rasa makanan kemudian memiliki kinerja produk yang sesuai dengan kualitas yang diharapkan serta tampilan menu yang menarik selera konsumen. Dengan memberikan pilihan menu yang banyak tentunya akan menarik minat konsumen yang nantinya akan berdampak pada peningkatan keputusan pembelian.
2. Hasil dari pengujian dari kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen katering di Kota Padang. Untuk meningkatkan keputusan pembelian tersebut penyedia jasa katering harus memiliki kualitas pelayanan yang baik, seperti memiliki karyawan yang memberikan pelayanan tepat waktu, mampu menangani keluhan dengan sigap serta keramah tamahan karyawan terhadap konsumen.

Dengan pelayanan yang baik tersebut nantinya akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen

3. Pengujian pada variabel harga menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen katering di Kota Padang. Pada indikator Penawaran harga yang murah, kemudian ada pilihan harga yang ditawarkan sesuai dengan layanan kemudian pilihan harga yang sesuai dengan ragam menu yang tersedia dan harga yang ditawarkan kepada konsumen yang wajar tidak terlalu mahal memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian dengan demikian perusahaan dapat menggunakan strategi diatas untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

5.2 Implikasi

implikasi dari hasil penelitian di atas dapat digunakan oleh jasa katering yang ada di Kota Padang dalam mengambil kebijakan peningkatan dan pengembangan usaha kedepannya. Implikasi tersebut dapat diterapkan dalam beberapa aspek yang telah diteliti yaitu

1. Dari aspek diferensiasi produk perusahaan untuk kedepannya lebih memperbanyak penawaran produk-produk baru kepada konsumen tujuan dari diferensiasi adalah menjadikan produk kita berbeda dengan produk yang ditawarkan pesaing sehingga produk kita memiliki keunggulan bersaing. Perusahaan dapat menerapkannya dengan berbagai cara seperti menciptakan produk makanan baru supaya konsumen tidak bosan,

melakukan inovasi-inovasi diberbagai lini produk yang sudah ada seperti misalnya produk makanan olahan ayam dengan cara menawarkan berbagai rasa sesuai dengan budaya dan selera masyarakat setempat. Serta meningkatkan kualitas makanan yang disediakan dengan cara menyediakan unit kontrol kualitas produk bagi perusahaan jasa katering yang belum memilikinya, sedangkan bagi perusahaan yang sudah memilikinya melakukan kontrol yang lebih ketat lagi terhadap setiap produk yang dihasilkan.

2. Implikasi dari kualitas layanan dapat dilakukan oleh perusahaan jasa katering dengan cara terus meningkat pelayanan yang diberikan kepada konsumen dengan cara mempersingkat *respon time* konsumen, kemudian pelayanan yang lebih ramah lagi kepada konsumen. Dalam meningkatkan kualitas layanan kepada konsumen perusahaan disarankan untuk memanfaatkan perkembangan teknologi dalam meningkatkan layanan seperti penggunaan *gadget* dalam melakukan pemesanan dan menggunakan media sosial dalam merespon keluhan konsumen. Pada bisnis jasa katering layanan merupakan instrumen yang sangat penting yang harus ada. Tanpa instrumen layanan tidak mungkin jasa katering dapat berjalan.
3. Implikasi harga dari hasil penelitian di atas yang dapat diterapkan oleh perusahaan jasa katering dengan berbagai cara seperti menerapkan harga yang wajar untuk setiap produk yang ditawarkan sehingga konsumen mampu untuk membelinya, kemudian memberikan pilihan harga yang

menarik kepada konsumen seperti produk makanan standar perusahaan memberikan harga yang sedikit lebih murah sedangkan untuk makanan *high class* atau untuk tamu vip perusahaan memberikan pilihan harga yang berbeda sedikit lebih mahal dengan demikian konsumen memiliki alternatif pilihan harga. Selanjutnya implikasi harga yang dapat diterapkan oleh perusahaan jasa katering adalah menawarkan harga yang wajar sesuai dengan kualitas produk dan layanan yang diperoleh konsumen, bahkan kalau bisa untuk harga yang mahal perusahaan dianjurkan memberikan diskon harga sehingga menarik konsumen yang tentunya tidak merugikan atau perusahaan juga bisa menawarkan beberapa produk makanan dengan cara dibungkus dalam satu paket harga tertentu yang menarik konsumen.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian ini masih ada keterbatasan serta kekurangan-kekurangan yang seharusnya ada, sehingga hasil penelitian ini masih belum sempurna. Adapun beberapa kekurangan penelitian ini adalah.

1. Penelitian ini tidak mempertimbangkan atau tidak memasukan beberapa variabel lain yang mungkin dapat mempengaruhi variabel keputusan pembelian diluar variabel yang peneliti teliti seperti variabel promosi, *word of mounth*, lokasi usaha, kemudian fasilitas pendukung produksi, modal usaha, motivasi karyawan serta loyalitas konsumen..
2. Proses pengampilan data pada penelitian ini menggunakan sistem kuesioner dimana metode kuesioner rawan terhadap kesalahan seperti

jawaban responden yang tidak akurat serta terjadinya pembiasan *perceptual* yaitu perbedaan seseorang dalam memandang sesuatu sehingga peneliti tidak dapat mengendalikan jawaban dari masing-masing responden.

5.4 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan di atas, maka untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen pada konsumen katering di Kota Padang maka penulis memberikan saran-saran sebagai berikut. Bagi para perusahaan penyedia jasa katering agar meningkatkan kualitas layanan mereka, memberika pilihan harga yang terjangkau serta menawarkan pilihan menu yang beranekaragam kepada konsumen. Dengan peningkatan ketiga faktor tersebut nantinya akan memberikan dampak yang baik bagi keputusan pembelian konsumen terhadap produk yang ditawarkan oleh perusahaan jasa katering di Kota Padang.

