

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil dan pembahasan pada bagian sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Persepsi konsumen terhadap harga roti Mutiara adalah; 1) harga cukup terjangkau untuk semua kalangan; 2) lebih banyak konsumen yang menilai bahwa harga roti Mutiara lebih mahal apabila dibandingkan toko roti lainnya, 3) adanya potongan diskon untuk pembelian jumlah tertentu; 4) harga kurang sesuai dengan manfaat yang diperoleh konsumen; 5) kurang puas dengan harga terkait kualitas produk roti yang didapatkan. Hasil ini memberikan arahan bahwa dari aspek kompetisi, Roti Mutiara masih tergolong cukup kompetitif untuk bersaing dengan para pesaing lainnya, sehingga masih terbuka potensi dan kesempatan untuk memenangkan persaingan.
2. Persepsi konsumen terhadap kualitas roti Mutiara adalah; 1) Roti Mutiara memiliki rasa yang enak; 2) produk memiliki tekstur yang empuk, 3) volume/berat roti yang kurang mencukupi; 4) masih enak dikonsumsi sehari kemudian; 5) roti yang dapat diandalkan untuk segala keperluan; serta ^0 kualitas rasa yang konsisten.
3. Persepsi konsumen terhadap layanan roti Mutira adalah; 1) petugas melayani konsumen dengan sopan; 2) petugas melayani konsumen dengan ramah; 3) petugas memiliki inisiatif bertindak membantu konsumen; 4) petugas mampu

melayani konsumen yang membutuhkan; 5) petugas cukup cepat dalam melayani konsumen. Dari fakta di atas, maka dapat dimaknai bahwa aspek kesopanan dan kecepatan petugas dalam melayani konsumen menempati prioritas utama dalam peningkatan pelayanan petugas Roti Mutiara.

4. Persepsi konsumen terhadap kemasan roti Mutiara adalah; 1) kemasan terlihat menarik; 2) kemasan terkesan praktis; 3) kemasan tidak mudah rusak, 4) kemasan memiliki unsur pembeda dengan produk lain; 5) kemasan kurang meyakinkan. Arahan yang diperoleh adalah kemasan Roti Mutiara tergolong praktis sehingga memudahkan untuk dibawa kemana-mana. Hasil ini memberikan arahan bahwa dari aspek kemasan roti Mutiara selama ini dinilai sudah kondusif dengan kemauan dan kebutuhan konsumen.

5.2 Saran

Beberapa hal yang dapat dilakukan oleh toko untuk mempertahankan prestasi antara lain:

1. Berdasarkan hasil penelitian, variabel harga tidak memungkinkan dilakukan perubahan sepanjang bahan baku serta bahan pendukung lainnya tidak mengalami perubahan yang signifikan, di samping juga tidak terjadinya perubahan regulasi yang menyangkut gaji dan kompensasi karyawan. Upaya mempertahankan harga yang relatif lebih murah menetapkan harga yang dapat dijangkau oleh konsumen sehingga dengan sendirinya konsumen akan tertarik dan memutuskan untuk membeli di toko Roti Mutiara itu langsung dibandingkan toko roti lain seperti saat ini serta menggalakkan promosi diskon harga untuk semakin menarik konsumen untuk membeli Roti Mutiara.

2. Berdasarkan hasil penelitian variabel kualitas dapat dipertahankan, yakni dengan cara konsisten menjaga kualitas bahan baku seperti; gandum, terigu, telur, serta adonan, sehingga aroma dan rasa tetap terjaga dengan rasa yang enak. Oleh karena itu dari hasil penelitian merekomendasikan supaya manajemen Roti Mutiara terus mempertahankan kualitas roti yang sudah ada, dan apabila dirasa tepat waktunya dapat meningkatkannya.
3. Berdasarkan hasil penelitian variabel layanan masih dapat terus untuk ditingkatkan, karena secara umum skor rata-rata masih dalam kategori sedang. Adapun cara yang dapat dilakukan adalah supaya pelayan Toko Roti Mutiara cekatan dalam membantu konsumen yang membutuhkan informasi, maka sebaiknya pihak pemilik toko Roti Mutiara melakukan pembinaan atau pendampingan kepada karyawannya untuk meningkatkan pengetahuan produk roti bagi setiap pelayan Toko Roti Mutiara sehingga konsumen merasa puas akan kesigapan dan kecekatan pelayan dalam memberikan informasi yang diminta tersebut di kemudian hari.
4. Berdasarkan hasil penelitian variabel kemasan masih dapat ditingkatkan kontribusinya bagi menarik minat konsumen melakukan pembelian. Hal ini mengingat bahwa indeks rata-rata variabel kemasan masih dalam kategori sedang. Adapun cara yang bisa dilakukan adalah supaya kemasan roti Mutiara bukan saja terbuat dari bahan yang ringan dan ramah lingkungan, akan tetapi juga menjaga kekuatan dari kemasan produk agar tetap tidak mudah rusak.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini juga masih memiliki keterbatasan-keterbatasan. Dengan keterbatasan ini, diharapkan dapat dilakukan penelitian untuk penelitian mendatang. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini antara lain:

1. Kuesioner hanya disebarkan sebanyak 30 lembar kepada pelanggan yang secara kebetulan ditemui di outlet Roti Mutiara, sehingga secara metodologis masih kurang merepresentasikan apabila hasil penelitian ini kurang memenuhi syarat untuk dijadikan generalisasi.
2. Banyak faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada konsumen, dan penelitian ini hanya membatasi diri pada faktor harga, kualitas, layanan dan kemasan, sehingga masih sangat terbuka untuk dilakukannya penelitian lanjutan. Hal ini menunjukkan bahwa variabel dalam penelitian ini, yaitu harga, kualitas produk, layanan dan kemasan hanya menjelaskan sebagian dari terjadinya keputusan konsumen melakukan pembelian, di mana selebihnya masih banyak faktor dominan di luar keempat variabel yang diteliti yang mempengaruhi keputusan pembelian pada konsumen. Oleh sebab itu masih dipandang perlu dilakukan penelitian pengembangan (*development research*) untuk dapat menjelaskan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada konsumen secara lebih komprehensif dan integral.

3. Untuk penelitian yang akan datang disarankan untuk menambah variabel independen lain yang belum diteliti agar mampu menerangkan lebih jelas terhadap variabel keputusan pembelian pada konsumen Roti Mutiara, karena masih ada variabel-variabel independen lain di luar penelitian ini yang mungkin bisa mempengaruhi keputusan pembelian oleh konsumen yaitu seperti *brand preference*, promosi, kelompok referensi, tingkat pendapatan dan lain sebagainya.



: