

BAB V

SIMPULAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan analisis data melalui pembuktian terhadap hipotesis dari permasalahan yang diangkat mengenai pengaruh *resto atmosphere*, *food quality*, dan *service quality* terhadap keputusan pembelian Bakso Mas Bejo Kuwayuhan, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *resto atmosphere* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada Bakso Mas Bejo Kuwayuhan. Hal ini menunjukkan bahwa *resto atmosphere* mampu mempengaruhi konsumen untuk membeli Bakso Mas Bejo Kuwayuhan.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *food quality* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada Bakso Mas Bejo Kuwayuhan. Hal ini menunjukkan bahwa Bakso Mas Bejo Kuwayuhan berhasil dalam membuat kualitas makanan yang disajikan kepada konsumen sehingga Bakso Mas Bejo Kuwayuhan dapat diterima oleh masyarakat.
3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *service quality* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian Bakso Mas Bejo Kuwayuhan. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan pada

Bakso Mas Bejo Kuwayuhan yang diberikan belum menjadi faktor utama yang memengaruhi konsumen dalam memutuskan pembelian. Oleh karena itu, *service quality* terhadap keputusan pembelian dinyatakan ditolak.

4. Berdasarkan hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa variabel *resto atmosphere*, *food quality* dan *service quality* secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian Bakso Mas Bejo Kuwayuhan pada masyarakat Kebumen.

5.2. Keterbatasan

Pada penelitian ini masih terdapat kekurangan dan keterbatasan. Adanya keterbatasan dalam penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memberikan evaluasi dan perbaikan untuk penelitian yang akan datang. Keterbatasan dalam penelitian ini antara lain :

1. Penelitian ini dilakukan pada masyarakat Kabupaten Kebumen, dengan menggunakan kuesioner online sehingga kesulitan untuk melakukan screening, walaupun teknik yang digunakan ada yang secara offline langsung ke tempat usahanya.
2. Penelitian ini dilakukan pada masyarakat Kabupaten Kebumen, dengan jumlah responden yang hanya 100 orang sehingga masih kurang untuk menggambarkan keadaan sesungguhnya.
3. Data yang diperoleh dalam penelitian ini menggunakan instrumen kuesioner, sehingga sangat bergantung pada persepsi dan kejujuran

responden dalam memberikan jawaban. Hal ini memungkinkan adanya bias subjektivitas dalam hasil penelitian

5.3. Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat dikemukakan implikasi praktis dan teoritis sebagai berikut :

5.3.1 Implikasi Praktis

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan pada bab-bab terdahulu, maka hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi implikasi praktis sebagai berikut :

1. *Resto Atmosphere* memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sehingga penulis menyarankan agar perusahaan lebih mempertambahkan dan meningkatkan suasana restoran agar tetap nyaman, bersih, menarik, dan mampu memberikan pengalaman yang menyenangkan bagi konsumen. Maka, Upaya yang dilakukan dengan menjaga kebersihan, mempertahankan konsep makan, penataan meja dan kursi, serta menambah dekorasi yang tidak berlebihan untuk mempertahankan daya tarik restoran. Sehingga konsumen terdorong melakukan keputusan pembelian.
2. *Food Quality* memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sehingga penulis menyarankan agar perlu menjaga konsistensi kualitas makanan. Upaya yang dilakukan antara lain dengan mempertahankan cita rasa makanan, menggunakan bahan

baku yang berkualitas, menjaga kebersihan dalam proses pengolahan makanan, serta memastikan porsi makanan tetap sesuai dengan harapan konsumen. Selain itu evaluasi kualitas produk dan inovasi menu secara berkala agar tetap sesuai dengan harapan konsumen, sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian.

3. Service Quality tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Meskipun tidak berpengaruh, kualitas pelayanan tetap perlu dipertahankan dan ditingkatkan karena pelayanan yang baik akan memberikan pengalaman yang positif bagi konsumen. Upaya yang dilakukan dengan meningkatkan kecepatan karyawan dalam menerima dan mengantarkan pesanan, memberikan pelayanan yang ramah, serta meningkatkan ketepatan dalam menyajikan pesanan konsumen. Sehingga kualitas pelayanan dapat menjadi nilai tambah yang mendukung terhadap keputusan pembelian.

5.3.2 Implikasi Teoritis

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan pada bab-bab terdahulu, maka hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi implikasi teoritis sebagai berikut :

1. Resto Atmosphere dalam penelitian ini berpengaruh terhadap keputusan pembelian. *Resto atmosphere* adalah salah satu faktor penting dari keputusan pembelian. Minat terhadap kuliner yang cukup meningkat, maka konsumen juga akan mempertimbangkan

kenyamanan dan suasana tempat yang dapat memberikan pengalaman yang menyenangkan untuk berkunjung dan melakukan pembelian. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kusumawati & Hayuningtyas (2023), yang menyatakan bahwa *resto atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. adapun penelitian lain yang dilakukan oleh Fauziyah et al., (2023) juga memberikan hasil yang sama yaitu *resto atmosphere* terdapat pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

2. Food Quality dalam penelitian ini berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sehingga *food quality* adalah salah satu faktor penting yang diperhatikan konsumen dalam menentukan keputusan pembelian. Meningkatnya masyarakat terhadap kuliner, maka konsumen tidak hanya mencari makanan yang dapat mengenyangkan tetapi juga memiliki cita rasa dan kualitas yang baik. Semakin baik kualitas makanan yang disajikan, maka akan mampu meningkatkan keinginan konsumen untuk membeli. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rizki & Sumaryanto (2025), bahwa *food quality* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Adapun penelitian lain dari Susilawati & Pratama (2024), bahwa *food quality* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

3. Service Quality dalam penelitian ini tidak berpengaruh terhadap keputusan pembeliann. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan bukan menjadi faktor utama dalam memutuskan pembelian pada Bakso Mas Bejo Kuwayuhan. Konsumen lebih memperhatikan kualitas makanan dan suasana dibanding dengan pelayanan yang diberikan. Hal tersebut terjadi karena pelayanan yang diterima konsumen sudah dianggap standar, sehingga tidak menjadi faktor dalam menentukan keputusan pembelian. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Cahya et al. (2021), bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

