

BAB 7

SIMPULAN DAN SARAN

BAB 7

SIMPULAN DAN SARAN

7.1 Simpulan

7.1.1 Simpulan Umum

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat ditarik kesimpulan secara umum bahwa:

1. Karakteristik konsumen BreadTalk. Dari hasil kuesioner diketahui bahwa konsumen BreadTalk didominasi oleh perempuan (65%), namun jumlah konsumen laki-laki juga bisa dikatakan tidak sedikit (35%). Sehingga desain gerai BreadTalk yang rapi, ringkas dan apik dengan nuansa minimalis kontemporer dinilai sangat tepat, karena sifatnya universal, baik untuk laki-laki maupun perempuan. Usia konsumen berkisar antara 17-50 tahun. Namun konsumen lebih banyak yang angkatan muda, berusia 17-30 tahun. 65% Konsumen berpendidikan terakhir S1 dan 25% adalah lulusan SMA. Berdasarkan hasil kuesioner didapatkan bahwa 45% konsumen BreadTalk berpenghasilan per bulan antara Rp 1-3 juta dan 30% berpenghasilan di bawah Rp 1 juta. Tapi bukan berarti konsumen BreadTalk banyak yang berasal dari kelas menengah ke bawah. Penghasilan konsumen di bawah rata-rata, karena pembeli banyak yang masih pelajar atau yang baru saja memulai karir.
2. Tanggapan konsumen. 80% responden menyatakan setuju bahwa lingkungan toko yang meliputi *exterior*, *general interior*, *interior*

display, lalu lokasi dan produk memberikan pengaruh yang positif pada keputusan pembelian mereka. Kemudian 17% responden menyatakan sangat setuju dan 3% responden lainnya menyatakan tidak setuju.

7.1.2 Simpulan Khusus

1. Berdasarkan hasil penelitian, terbukti bahwa secara simultan dan parsial variabel-variabel *exterior*, *general interior*, *interior display*, lokasi dan produk mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli roti BreadTalk, sehingga Hipotesis pertama dan Hipotesis kedua dapat diterima. Dan dari uji koefisien determinasi diperoleh penjelasan bahwa 80,4% keputusan pembelian konsumen BreadTalk dipengaruhi oleh variabel-variabel *exterior*, *general interior*, *interior display*, lokasi dan produk. Sisanya 19,6% dipengaruhi oleh faktor-faktor di luar penelitian yang kemungkinan adalah variabel harga, *brand image* dan *lifestyle*.
2. Variabel yang dominan adalah produk. Dalam bisnis makanan, prioritas utama adalah rasa, kebersihan, *fresh from the oven*. Konsumen memutuskan membeli roti BreadTalk karena menganggap rasa, bentuk, nama dan kemasan roti BreadTalk lebih baik dibanding pesaing. Dan saat konsumen masuk atau melewati gerai BreadTalk, mereka mencium aroma roti yang juga dapat mempengaruhi keputusan mereka untuk membeli.

7.2 Saran

1. Ditinjau dari aspek usia. Konsumen BreadTalk banyak yang berusia muda antara 17-30 tahun. Hal ini dikarenakan anak-anak muda memang lebih sering ke mal. Karena konsumen BreadTalk banyak yang masih muda, hasil kuesioner juga menyatakan bahwa konsumen BreadTalk memiliki pendapatan per bulan di bawah Rp 1 juta dan di antara Rp 1-3 juta. Karena itu, segmen anak muda perlu digarap dengan serius. Misalnya mengadakan berbagai program-program promosi yang melibatkan segmen ini, atau mengadakan program diskon, mengingat pendapatan mereka yang masih sedikit. Diskon bisa memberikan pengaruh yang signifikan atau menyebabkan *impulse buying*.
2. Dari pengamatan di lapangan, gerai-gerai BreadTalk selalu ramai dikunjungi pembeli. Hal ini tampak dari antrian panjang di kasir. Namun sayangnya, dari hasil pengamatan, antrian panjang ini disebabkan oleh minimnya kasir. Gerai BreadTalk biasanya menyediakan dua buah kasir. Namun di hari-hari biasa, hanya satu kasir yang beraktivitas. Sehingga konsumen harus rela antri di satu kasir tersebut. Mengantri adalah aktivitas yang tidak menyenangkan bagi kebanyakan konsumen. Sehingga sebaiknya BreadTalk membuka kasir lebih dari satu. Dan bila memang antrian di kasir tidak dapat terelakkan, maka BreadTalk harus mampu membangun suasana lingkungan toko yang dapat membuat konsumen betah mengantri di kasir.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Andrean, Johnny. 26 April-9 Mei, 2007. Midas Bernama Johnny Andrean. *SWA Sembada*, hlm. 90-92.
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*, Edisi Revisi V. Rineka Cipta, Jakarta.
- Aziz, Lea A. 2006. *Desain Ritel Terkini*, (Online), (www.proyeksi.com diakses 28 November 2007 Pk. 17.00).
- Berman, Barry dan Joel R. Evans. 2004. *Retail Management : A Strategic Approach*, 9th Edition. Prentice-Hall, Upper Saddle River, New Jersey.
- Chisnall, Peter M. 1997. *Marketing Research*, Fifth Edition. McGraw-Hill Publishing Company, England.
- Daniel, Mark. 2004. *Strategi: A Step-By-Step Approach To The Development And Presentation of World Class Business Strategy*. Palgrave Macmillan, Houndmills Basingstoke, Hampshire and New York.
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Goman, Suvi. 2005. *Analisa Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Resto Nine Surabaya*.
- Guswai, Christian F. 2007. *How To Operate Your Store Effectively Yet Efficiently: Referensi Cepat Memenangkan Bisnis Ritel di Tengah Persaingan Yang Sangat Ketat*. PT Elex Media Komputindo, Jakarta.

- Hammond, Richard. 2007. *Sukses Berbisnis Ritel: Bagaimana Mengubah Toko Anda Menjadi Sebuah Fenomena Penjualan*. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Hastarani, Gita. 2007. *Jika Fesyen Menginspirasi Roti*, (Online), (www.kompascybermedia.com diakses 08 September 2007 Pk. 22.00).
- Hawkins, Del I., David L. Mothersbaugh dan Roger J. Best. 2007. *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*, Tenth Edition. McGraw-Hill/Irwin, New York.
- Kartajaya, Hermawan. 2006. *Marketing Klasik Indonesia: Anniversary-Edition*. PT Mizan Pustaka, Bandung.
- Kasim, Fadly Rifai. 2007. *BreadTalk Pembeli pun Rela Antre demi Sepotong Roti*, (Online), (www.sinarharapan.com diakses 29 September 2007 Pk. 21.00).
- Keller, Kevin Lane. 2003. *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*, Second Edition. Pearson Education, Inc., Upper Saddle River, New Jersey.
- King, Tamara dan Natalia. 2003. *Analisis Pengaruh Variabel Harga, Pelayanan, Lokasi, Jenis Makanan Terhadap Penjualan Restoran Sze Chuan*.
- Kotler, Philip. 2005. *According to Kotler: Tokoh Paling Kompeten Dalam Pemasaran Menjawab Pertanyaan Anda*. PT Bhuana Ilmu Populer Jakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2004. *Principles of Marketing*, Tenth Edition. Pearson Education, Inc., Upper Saddle River, New Jersey.

- Kotler, Philips dan Kevin Lane Keller. 2006. *Marketing Management*, Twelfth Edition. Pearson Education International., Upper Saddle River, New Jersey.
- Malhotra, Naresh K. 1999. *Marketing Research: An Applied Orientation*. Prentice-Hall, Inc., Upper Saddle River, New Jersey.
- Murray, John A dan Aidan O'Driscoll. 1996. *Strategy and Proses in Marketing*. Prentice-Hall, Inc., Europe.
- Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson. 2003. *Consumer Behavior and Marketing Strategy*, 6th Edition. McGraw Hill International Edition.
- Schiffman, Leon G dan Leslie Lazar Kanuk. 2007. *Consumer Behavior*, Ninth Edition. Pearson Education, Inc., Upper Saddle River, New Jersey.
- Solomon, Michael R. 2007. *Consumer Behavior: Buying, Having and Being*. 7th Edition. Pearson Education, Inc., Upper Saddle River, New Jersey.
- Suliyanto. 2005. *Analisis Data: Dalam Aplikasi Pemasaran*. Ghalia Indonesia, Bogor.
- Supranto, J. 2001. *Statistik: Teori dan Aplikasi*, Edisi Keenam. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Supriyadi, Cecep. 2004. *Pengaruh Suasana Lingkungan Toko terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Engano Collection Indramayu*, (Online), (www.perpus.unikom.ac.id diakses 28 November 2007 Pk. 16.30).
- Susanta, P.J Rahmat. 2007. 10 Karakter Unik Konsumen Indonesia. *Majalah Marketing*/Edisi Khusus/ II/ 2007, hlm. 22-23.

- Swa Sembada. 2007. *10 Enterprise to Watch*, (Online), (www.swasembada.com diakses 30 September 2007 Pk. 10.10).
- Utami, Christina Whidya. 2006. *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Ritel Modern*. Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Wahyono, Teguh. 2008. *SPSS 16: Cara Mudah dan Praktis Melakukan Analisis Statistik dengan Berbagai Model Analisis*. PT Elex Media Komputindo, Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Wanninayake, W.M.C.B. dan Pradeep Randiwela. 2007. *The Impact of Visual Merchandising on Consumer Store Choice Decisions in Sri Lankan Supermarkets*
- Warta Ekonomi. 2006. *Single Out Ide Bisnis: 10 Model Bisnis Paling Berpengaruh*, (Online), (www.wartaekonomi.com diakses 30 September 2007 Pk. 10.30).
- Wibawa, Sugiyanto. 2007. *Mengintip Gaya Franchisor dan Franchise Mengelola Bisnis*, (Online), (www.swaonline.com diakses 07 September 2007 Pk. 00.35).