

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis mengenai pengaruh persepsi konsumen atas kualitas makanan dan *general interior* terhadap kepuasan konsumen yang berdampak pada niat beli ulang (studi kasus pada restoran Sleeping Forest), dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut.

5.1.1 Persepsi Konsumen Atas Kinerja Kualitas Makanan

1. Dimensi *Freshness*

Pada dimensi *freshness*, faktor yang dinilai buruk dapat dilihat dibawah ini :

- Sebesar 71% responden menilai bahwa kelezatan cita rasa makanan buruk karena masih terdapat restoran lain yang menawarkan menu makanan sejenis dengan cita rasa yang lebih lezat dibandingkan restoran Sleeping Forest. Selain itu, rasa pada makanannya hambar dan bumbu sausnya pahit.
- Aroma dari makanan dinilai buruk oleh sebagian besar responden sebesar 76%, karena makanan yang disajikan tidak beraroma, lalu aroma dari makanannya tidak terlalu tercium dan tidak terlalu menggugah selera.
- Kesegaran warna dan tekstur makanan dinilai buruk oleh sebagian besar responden sebesar 62%, karena terdapat sayuran yang terlihat tidak segar serta tekstur makanan tidak renyah.

2. Dimensi *Presentation*

Pada dimensi *presentation*, faktor yang dinilai buruk dapat dilihat dibawah ini :

- Jumlah atau ukuran dalam satu porsi makanan yang disajikan dinilai tidak menarik oleh sebagian besar responden sebesar 66%, karena ukuran satu porsi dalam makanan yang disajikan sedikit.
- Sebesar 69% responden menilai bahwa estetika penyajian makanan yang berkaitan dengan penataan *garnish* dinilai tidak

menarik karena estetika dari penyajian makanannya standard seperti makanan yang disajikan oleh restoran pada umumnya. Selain itu, estetika dari penyajian makanannya tidak tertata dengan baik.

- Keindahan penyajian dari makanan yang disajikan dinilai tidak menarik oleh sebagian besar responden sebesar 67%, karena penyajian makanannya standard seperti restoran sejenis lainnya dan penyajiannya juga tidak terlalu menarik.

3. Dimensi *Well Cooked*

Pada dimensi *well cooked*, faktor yang dinilai buruk dapat dilihat dibawah ini :

- Kematangan makanan dinilai buruk oleh sebagian besar responden sebesar 62%, karena terdapat bahan baku yang masih lembek pada saat dimakan.
- Kesehatan makanan dinilai buruk oleh sebagian besar responden sebesar 65% responden karena pada saat makanan yang dipesan datang, makanannya dingin.

4. Dimensi *Variety of Food*

Pada dimensi *variety of food* , faktor yang dinilai buruk dapat dilihat dibawah ini :

- Sebanyak 62% responden menilai bahwa keberagaman dari makanan yang ditawarkan di restoran Sleeping Forest tidak beragam karena pilihan menu makanan di restoran Sleeping Forest masih didominasi dengan makanan *western*.
- Variasi makanan yang ditawarkan restoran Sleeping Forest dinilai tidak beragam oleh 57% responden karena variasi dari makanan yang ditawarkan tidak banyak dan tidak ada yang unik.
- Sebanyak 65% responden menilai bahwa variasi harga makanan yang ditawarkan di restoran Sleeping Forest tidak beragam karena harga dari makanan yang ditawarkan cukup mahal.

5.1.2 Persepsi Konsumen Atas Kinerja *General Interior*

1. Dimensi *Lighting and Colors*

Pada dimensi suara, faktor yang dinilai buruk dapat dilihat dibawah ini :

- Pengaturan pencahayaan yang dikondisikan dengan waktu operasional di restoran Sleeping Forest dinilai buruk oleh sebagian besar responden sebesar 75%, karena meskipun datang ketika siang hari tetapi pencahayaannya tetap gelap ketika duduk dimeja dan kursi makan. Selain itu, jendela di dalam restoran terhalang oleh hiasan daun-daun sehingga menjadi gelap serta pencahayaan warna kuning tidak terlalu sesuai dengan tema hutan yang ditawarkan restoran Sleeping Forest.
- Penerangan didalam restoran Sleeping Forest dinilai buruk oleh sebagian besar responden sebesar 77% karena tempatnya tidak terlalu terang untuk siang hari dan tempatnya gelap karena jendelannya tertutup daun-daun.

2. Dimensi *Temperature*

Pada dimensi suhu udara, faktor yang dinilai buruk dapat dilihat dibawah ini :

- Kenyamanan suhu udara didalam restoran Sleeping Forest dinilai buruk oleh sebagian besar responden sebesar 69%, karena tempatnya panas seperti tidak terlalu menyebar AC yang digunakannya dan jikan cuaca sedang panas, didalam restorannya pun panas.
- Kesesuaian sirkulasi udara dan pengkondisi udara didalam restoran Sleeping Forest dinilai buruk oleh sebagian besar responden sebesar 72%, karena AC didalam restorannya tidak banyak dan tidak menyebar.
- Kesesuaian jendela atau *exhaust fan* di dalam restoran Sleeping Forest dinilai buruk oleh sebagian besar responden sebesar 74%,

karena jendelanya terlalu sedikit sehingga menjadi gelap ketika didalam restoran.

- Kesesuaian suhu udara didalam restoran Sleeping Forest dinilai buruk oleh sebagian besar responden sebesar 73%, karena tempatnya tidak terlalu nyaman karena terasa panas, pengap, gelap, dan seperti tidak ada AC.

3. Dimensi *Vertical Transportation*

Pada dimensi *vertical transportation*, faktor yang dinilai buruk dapat dilihat dibawah ini :

- Kemudahan konsumen menjangkau area makan (meja dan kursi makan) di restoran Sleeping Forest dinilai buruk oleh sebagian besar responden sebesar 66%, karena desain di dalam restoran untuk menuju meja dan kursi makan dianggap rumit seperti labirin.

4. Dimensi *Store Personel*

Pada dimensi *store personel*, faktor yang dinilai sudah baik dapat dilihat dibawah ini :

- Kecepatan pramusaji melayani konsumen dinilai buruk oleh sebagian besar responden sebesar 69%, karena pramusajinya cukup lama dalam melayani konsumen. Selain itu sulit dan lama ketika konsumen akan memintan nota pembelian kepada pramusaji.
- Kerapihan penampilan pramusaji dinilai tidak menarik oleh sebagian besar responden sebesar 52% karena terkadang ada pramusaji yang rambutnya tidak terlihat rapi dan kemeja yang dipakai kusut.
- Kesigapan pramusaji dalam melayani konsumen dinilai buruk oleh sebagian besar responden sebesar 67%, karena tidak terlalu sigap dalam melayani konsumen, datang makanan yang dipesannya lama. Selain itu, terkadang sulit untuk menjangkau pramusaji karena pramusajinya berada di tengah-tengah tempat makan dan

sementara tempatnya luas sehingga konsumen yang duduk tidak dekat pramusaji akan jauh dari pandangan para pramusajinya.

5.1.3 Kepuasan Konsumen Pada Kualitas Makanan dan *General Interior* restoran Sleeping Forest.

5.1.3.1 Kepuasan Konsumen Pada Kualitas Makanan

1. Dimensi *Freshness*

Sebagian besar responden merasa belum puas dengan kinerja restoran Sleeping Forest pada dimensi *freshness*. Menurut responden sebesar 98% menilai kelezatan cita rasa makanan tidak baik karena rasa makanannya hambar dan tidak sebanding dengan harga yang diberikan, selain itu harganya juga melebihi restoran lain yang menawarkan menu makanan sejenis dengan cita rasa yang lebih lezat. Lalu, sebesar 88% responden menilai aroma makanan masih tidak baik karena aroma dari makanan yang disajikan tidak tercium dan aromanya tidak terlalu menggugah selera. Serta sebesar 86% responden menilai kesegaran berdasarkan warna dan tekstur dari makanan yang disajikan tidak baik karena terdapat sayuran yang terlihat tidak segar dan makanan yang seharusnya renyah tetapi ternyata ketika disajikan tidak renyah.

2. Dimensi *Presentation*

Sebagian besar responden merasa belum puas dengan kinerja restoran Sleeping Forest pada dimensi *presentation*. Menurut responden sebesar 75% menilai bahwa jumlah atau ukuran dalam satu porsi makanan yang disajikan tidak menarik karena ukuran dalam satu porsi makanan yang disajikannya sedikit serta masih ada restoran lain yang sejenis dengan ukuran satu porsi makanan yang lebih besar dan bahkan lebih murah. Selain itu, sebesar 81% responden menilai estetika dalam penyajian makanan yang berkaitan dengan penataan *garnish* (hiasan untuk makanan) tidak menarik karena estetika dari makanan yang disajikan tidak tertata dengan menarik. Lalu, sebesar 83% responden menilai keindahan

penyajian dari makanan yang disajikan tidak menarik karena estetika penyajian makanannya standar seperti pada restoran yang sejenis lainnya.

3. Dimensi *Well Cooked*

Sebagian besar responden merasa belum puas dengan kinerja restoran Sleeping Forest pada dimensi *well cooked*. Menurut responden sebesar 86% menilai kematangan dari makanan yang disajikan tidak baik karena terdapat bahan baku yang lembek ketika dimakan dan terasa belum terlalu matang. Sedangkan, sebesar 90% responden menilai bahwa kehangatan makanan yang disajikan tidak baik karena ketika makanan yang dipesan datang, makanannya dingin.

4. Dimensi *Variety of Food*

Sebagian besar responden merasa belum puas dengan kinerja restoran Sleeping Forest pada dimensi *variety of food*. Menurut responden sebesar 69% menilai bahwa variasi dari makanan yang ditawarkan tidak beragam karena tidak ada makanan yang unik. Lalu, menurut responden sebesar 78% menilai variasi harga dari makanan yang ditawarkan tidak beragam karena harga dari makanan yang ditawarkan tidak terlalu beragam dan cukup mahal. Selain itu, menurut responden sebesar 71% menilai keberagaman dari makanan yang ditawarkan juga tidak beragam karena pilihan menu makanan yang ditawarkan tidak terlalu beragam dan menu makanannya didominasi oleh makanan *western*.

5.1.3.2 Kepuasan Konsumen Pada *General Interior*

1. Dimensi *Lighting and Colors*

Sebagian besar responden merasa belum puas dengan kinerja restoran Sleeping Forest pada dimensi *lighting and colors*. Menurut responden sebesar 88% menilai pengaturan pencahayaan didalam restoran yang dikondisikan dengan waktu operasional (pagi, siang, dan malam) masih tidak baik karena meskipun ketika datang siang hari tetapi pencahayaannya tetap gelap ketika duduk di meja dan kursi makan,

didalam restorannya gelap karena jendela terhalang oleh hiasan daun-daun, serta pencahayaan warna kuning tidak terlalu sesuai dengan tema hutan yang ditawarkan restoran Sleeping Forest. Lalu, menurut responden sebesar 87% menilai penerangan didalam restoran tidak baik karena tempat makannya tidak terlalu terang untuk siang hari serta area makan (meja dan kursi makan) terasa gelap karena jendelannya terhalang daun-daun.

2. Dimensi *Temperature*

Sebagian besar responden merasa belum puas dengan kinerja restoran Sleeping Forest pada dimensi *temperature*. Menurut responden sebesar 89%, menilai kenyamanan suhu udara didalam restoran tidak baik karena tempat makannya panas sehingga jika cuaca sedang panas, didalam restorannya pun panas serta seperti AC yang digunakannya tidak menyebar ke seluruh area makan. Lalu, menurut responden sebesar 91%, menilai kesesuaian sirkulasi udara dan pengkondisi udara (AC) didalam restoran tidak baik karena AC didalam restoran tidak banyak dan AC yang digunakan tidak terlalu menyebar sehingga merasa panas dan menimbulkan ketidaknyamanan. Menurut responden sebesar 85%, menilai kesesuaian jendela atau exhaust fan didalam restoran tidak baik karena jendela didalam restoran terlalu sedikit sehingga ketika duduk di area makan menjadi gelap dan terasa panas. Selain itu, menurut responden sebesar 84%, menilai bahwa kesesuaian suhu udara didalam restoran tidak baik karena tempat makannya terlalu panas, pengap, gelap, dan seperti tidak ada AC sehingga menimbulkan ketidaknyaman bagi konsumen

3. Dimensi *Vertical Transportation*

Sebagian besar responden merasa belum puas dengan kinerja restoran Sleeping Forest pada dimensi *vertical transportation*. Menurut sebesar 84% responden menilai kemudahan konsumen menjangkau area makan (meja dan kursi makan) tidak baik karena ketika masuk kedalam restoran

dan untuk sampai ke area makan terasa rumit serta jalannya yang melingkar dan menanjak.

4. Dimensi *Store Personel*

Sebagian besar responden merasa belum puas dengan kinerja restoran *Sleeping Forest* pada dimensi *store personel*. Menurut sebesar 89% responden menilai bahwa kecepatan pramusaji dalam melayani konsumen tidak baik karena pramusajinya cukup lama dalam melayani konsumen serta konsumen merasa kesulitan dan lama ketika mereka akan meminta nota pembelian kepada pramusaji. Lalu, menurut sebesar 69% responden menilai kerapihan penampilan dari pramusaji tidak menarik karena terdapat pramusaji yang rambutnya tidak terlihat rapi dan terkadang kemeja yang dipakainya kusut sehingga tidak terlihat menarik. Selain itu, menurut sebesar 84% responden menilai kesigapan pramusaji dalam melayani konsumen tidak baik karena makanan yang dipesan datangnya lama serta terkadang sulit untuk menjangkau pramusaji karena pramusajinya berada di tengah-tengah tempat makan dan sementara tempatnya luas sehingga konsumen yang duduk tidak dekat pramusaji akan jauh dari pandangan pramusajinya.

5.1.4 Persepsi Atas Kinerja Kualitas Makanan dan *General Interior* dengan Metode *Importance Performance Analysis* (IPA)

5.1.4.1 Persepsi Atas Kinerja Kualitas Makanan dengan Metode IPA

Jika dilihat dari metode *Importance Performance Analysis* (IPA) mengenai persepsi konsumen pada *food quality* Restoran *Sleeping Forest*, setiap atribut pertanyaan dapat diberlakukan sesuai dengan arti masing-masing kuadran, maka kesimpulan dari setiap kuadran dapat dilihat seperti dibawah ini :

1. Kuadran Pertama “A” – “*Concentrate Here*” (*high importance and low performance*)

Pada kuadran pertama, restoran *Sleeping Forest* perlu memberikan perhatian untuk memperbaiki setiap atribut yang masuk dalam kuadran ini, karena atribut-atribut tersebut dianggap penting oleh konsumen tetapi kinerja dalam

atribut ini belum baik sehingga menjadi kelemahan utama bagi restoran Sleeping Forest. Kelemahan tersebut membuat konsumen belum puas, oleh karena itu restoran Sleeping Forest perlu fokus untuk memperbaiki setiap atribut tersebut. Atribut yang termasuk dalam kuadran ini yaitu terdiri dari kelezatan cita rasa makanan yang disajikan dan kehangatan pada makanan yang disajikan.

2. Kuadran Kedua “B” – “*Keep up the Good Work*” (high importance and high performance)

Pada kuadran kedua, restoran Sleeping Forest perlu mempertahankan setiap atribut yang masuk dalam kuadran ini, karena atribut-atribut tersebut dianggap penting oleh konsumen dan kinerja dalam atribut ini sudah baik sehingga menjadi kekuatan utama Restoran Sleeping Forest. Oleh karena itu, pihak restoran harus memastikan bahwa kinerjanya dapat terus diperhatikan dan dipertahankan. Atribut yang termasuk dalam kuadran ini yaitu terdiri dari kesegaran berdasarkan warna dan tekstur dari makanan yang disajikan dan kematangan pada makanan yang disajikan.

3. Kuadran Ketiga “C” – “*Low Priority*” (low importance and low performance)

Pada kuadran ketiga, restoran Sleeping Forest memiliki atribut yang menjadi kelemahan serta tidak membutuhkan upaya tambahan untuk memperbaiki setiap atribut di kuadran ini, karena atribut tersebut memiliki tingkat kepentingan yang rendah bagi konsumen, sehingga pihak restoran tidak perlu memberikan perhatian lebih pada atribut tersebut. Tetapi lebih baik memfokuskan untuk memperbaiki atribut di kuadran pertama. Jika pihak restoran sudah memperbaiki atribut pada kuadran pertama, maka dapat memperbaiki atribut pada kuadran ketiga. Atribut-atribut yang masuk pada kuadran ini yaitu terdiri dari aroma dari makanan yang disajikan dan jumlah atau ukuran dalam satu porsi makanan yang disajikan.

4. Kuadran Keempat “D” – “Possibly Overkill” (*low importance and high performance*)

Pada kuadran keempat, restoran Sleeping Forest memiliki atribut-atribut yang tidak terlalu penting dimata konsumen tetapi kinerjanya sudah baik sehingga pihak restoran lebih baik mengalokasikan atribut yang termasuk pada kuadran ini dan memfokuskan pada atribut-atribut lain yang membutuhkan peningkatan. Atribut-atribut yang masuk pada kuadran keempat ini terdiri dari keberagaman makanan yang ditawarkan di restoran, estetika dalam penyajian makanan yang berkaitan dengan penataan *garnish* (hiasan untuk makanan), variasi makanan yang ditawarkan di restoran, keindahan penyajian dari makanan yang disajikan, dan variasi harga dari makanan yang ditawarkan di restoran.

5.1.4.2 Persepsi Atas Kinerja *General Interior* dengan Metode IPA

Jika dilihat dari metode *Importance Performance Analysis* (IPA) mengenai persepsi konsumen pada *general interior* restoran Sleeping Forest, setiap atribut pertanyaan dapat diberlakukan sesuai dengan arti masing-masing kuadran, maka kesimpulan dari setiap kuadran dapat dilihat seperti dibawah ini :

1. Kuadran Pertama “A” – “Concentrate Here” (*high importance and low performance*)

Pada kuadran pertama, restoran Sleeping Forest perlu memberikan perhatian untuk memperbaiki setiap atribut yang masuk dalam kuadran ini, karena atribut-atribut tersebut dianggap penting oleh konsumen tetapi kinerja dalam atribut ini belum baik sehingga menjadi kelemahan utama bagi restoran Sleeping Forest. Kelemahan tersebut membuat konsumen belum puas dengan restoran Sleeping Forest. Oleh karena itu, pihak restoran perlu memfokuskan untuk memperbaiki setiap atribut tersebut. Atribut yang termasuk dalam kuadran pertama yaitu kenyamanan suhu udara didalam restoran.

2. Kuadran Kedua “B” – “Keep up the Good Work” (high importance and high performance)

Pada kuadran kedua, restoran Sleeping Forest perlu mempertahankan setiap atribut yang masuk dalam kuadran ini, karena atribut-atribut tersebut dianggap penting oleh konsumen dan kinerja dalam atribut ini sudah baik sehingga menjadi kekuatan utama restoran Sleeping Forest. Oleh karena itu, pihak restoran harus memastikan bahwa kinerja restoran Sleeping Forest dapat terus diperhatikan dan dipertahankan. Atribut yang termasuk dalam kuadran kedua ini yaitu terdiri dari keseuaian sirkulasi udara dan pengkondisi udara (AC) didalam restoran serta kecepatan pramusaji dalam melayani konsumen.

3. Kuadran Ketiga “C” – “Low Priority” (low importance and low performance)

Pada kuadran ketiga, restoran Sleeping Forest memiliki atribut yang menjadi kelemahan dan tidak membutuhkan upaya tambahan untuk memperbaiki setiap atribut di kuadran ini, karena atribut tersebut memiliki tingkat kepentingan yang rendah dimata konsumen, sehingga pihak restoran tidak perlu untuk memberikan perhatian lebih pada atribut tersebut. Tetapi lebih baik difokuskan untuk memperbaiki atribut di kuadran pertama. Jika pihak restoran sudah memperbaiki pada kuadran pertama, maka pihak restoran dapat melakukan perbaikan atribut pada kuadran ini. Atribut-atribut yang masuk pada kuadran ketiga ini yaitu terdiri dari pengaturan pencahayaan di dalam restoran yang dikondisikan dengan waktu operasional (pagi, siang, dan malam), penerangan didalam restoran, kesesuaian jendela atau *exhaust fan* didalam restoran, dan kesesuaian suhu udara didalam restoran.

4. Kuadran Keempat “D” – “Possibly Overkill” (low importance and high performance)

Pada kuadran keempat, restoran Sleeping Forest memiliki atribut-atribut yang tidak terlalu penting tetapi kinerjanya sudah baik sehingga pihak

restoran lebih baik mengalokasikan atribut yang termasuk pada kuadran ini dan memfokuskan pada atribut-atribut lain yang membutuhkan peningkatan. Atribut-atribut yang masuk pada kuadran keempat ini yaitu terdiri dari kerapihan penampilan pramusaji, kesigapan pramusaji dalam melayani konsumen, dan kemudahan konsumen untuk menjangkau area makan (meja dan kursi makan) di restoran.

5.1.5 Niat Beli Ulang Konsumen Pada Restoran Sleeping Forest

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden (88%) kemungkinan besar tidak akan mengunjungi dan membeli kembali makanan di restoran Sleeping Forest pada waktu yang akan datang akan datang. Hal tersebut dikarenakan *food quality* dan *general interior* restoran Sleeping Forest belum memiliki kinerja yang baik sehingga membuat para responden merasa harapannya belum terpenuhi. Kemudian jika ada restoran lain yang menawarkan *food quality* dan *general interior* yang lebih baik, sebagian besar responden (93%) kemungkinan besar tidak akan datang kembali ke restoran Sleeping Forest karena kedua hal tersebut merupakan hal yang penting bagi para responden dalam memilih sebuah restoran.

5.1.6 Besar Pengaruh Persepsi Konsumen Atas Kualitas Makanan (X1) Terhadap Niat Beli Ulang (Z) Restoran Sleeping Forest

Dalam menguji pengaruh persepsi konsumen atas kualitas makanan yaitu X1 terhadap niat beli ulang yaitu Z, penulis mendapatkan hasil yang positif bahwa niat beli ulang bisa dijelaskan oleh kualitas makanan sebesar 0.340. Kepuasan pada kualitas makanan yaitu Y1 tidak berpengaruh signifikan dalam persamaan ini sehingga tidak diuji, oleh karena itu kualitas makanan diuji secara langsung terhadap niat beli ulang tanpa melewati variabel intervening yakni kepuasan pada kualitas makanan.

5.1.7 Besar Pengaruh Persepsi Konsumen Atas *General Interior* (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen Pada *General Interior* (Y2) Restoran Sleeping Forest

Dalam menguji pengaruh persepsi konsumen atas *general interior* yaitu X2 terhadap kepuasan pada *general interior* yaitu Y2, penulis mendapati hasil dengan pengaruh yang positif bahwa kepuasan pada *general interior* bisa dijelaskan oleh *general interior* sebesar 0.923.

5.1.8 Besar Pengaruh Kepuasan Konsumen Pada *General Interior* (Y2) Terhadap Niat Beli Ulang (Z) Restoran Sleeping Forest

Setelah menguji persepsi konsumen atas *general interior* terhadap kepuasan pada *general interior* dan mendapat hasil yang berpengaruh signifikan, kemudian menguji pengaruh kepuasan pada *general interior* yaitu Y2 terhadap niat beli ulang yaitu Z dan mendapati hasil dengan pengaruh yang positif bahwa niat beli ulang dapat dijelaskan oleh kepuasan pada *general interior* sebesar 0.409.

5.1.9 Besar Pengaruh Persepsi Konsumen Atas Kepuasan pada Kualitas Makanan (Y1) dan Kepuasan Konsumen *General Interior* (Y2) Terhadap Niat Beli Ulang (Z) Restoran Sleeping Forest

Jika dibandingkan antara pengaruh kepuasan pada kualitas makanan dan kepuasan pada *general interior* terhadap niat beli ulang, didapatkan hasil bahwa kepuasan pada *general interior* lebih berpengaruh signifikan terhadap niat beli ulang. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa niat beli ulang dapat dijelaskan oleh kepuasan pada *general interior* sebesar 0.409.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian serta pengolahan data yang sudah dilakukan, penulis dapat memberikan beberapa saran untuk restoran lain sejenis Sleeping Forest atau perusahaan yang akan membuat restoran yang menawarkan konsep yang unik atau berbeda dari restoran biasa lainnya yang diharapkan dapat membantu dalam memperbaiki kinerjanya, saran tersebut yaitu :

- a. Dimensi kualitas makanan
 - Perusahaan atau pengusaha yang akan membuat restoran sejenis Sleeping Forest sebaiknya tidak hanya mementingkan konsep yang unik saja, tetapi juga dapat menciptakan cita rasa makanan yang

lezat dengan mempekerjakan koki yang mempunyai keahlian pada bidang makanan tertentu. Seperti contoh *asian food* dan *western food* yang dimasak oleh koki dengan keahlian khusus pada setiap jenis makanan tersebut.

- Perusahaan atau pengusaha yang akan membuat restoran dengan tempat makan yang luas dan menyediakan beberapa lantai seperti restoran Sleeping Forest sebaiknya menempatkan dapur masak di tempat yang strategis. Seperti contoh jika restorannya luas dan menyediakan tiga lantai area makan, dapat menempatkan dapur masak di lantai 2. Tetapi apabila tidak memungkinkan untuk menempatkan dapur masak pada area yang strategis, sebaiknya pihak restoran dapat memfasilitasi lift makanan. Hal ini dikarenakan agar makanan yang disajikan sampai dengan cepat kepada konsumen dan tidak mengurangi kehangatan dari makanan yang disajikan.

b. Dimensi *general interior*

- Perusahaan atau pengusaha yang akan membuat restoran dengan luas dan *indoor*, sebaiknya tetap menggunakan pendingin ruangan seperti AC atau kipas angin. Walaupun suatu restoran terletak di dalam ruangan (*indoor*) seperti Sleeping Forest tetap harus menggunakan pendingin ruangan. Karena didalam restoran Sleeping Forest masih terasa panas dimana konsumen merasa tidak nyaman. Selain itu, dapat menambahkan jendela atau ventilasi agar sirkulasi udara didalam restoran tidak terlalu terasa panas. Hal ini berdasarkan alasan responden yang menyatakan bahwa jika cuaca diluar panas maka didalam restoran pun ikut panas.
- Meningkatkan pencahayaan di area makan (meja dan kursi makan) konsumen pada waktu operasional (pagi, siang, atau malam) restoran misalnya seperti menambahkan jendela agar pencahayaan didalam restoran menjadi lebih terang, karena konsumen merasa kurang nyaman ketika makan di area makan yang terasa gelap.

Selain itu dalam mengatur pencahayaan ruangan, disarankan tidak memakai lampu yang berwarna kuning. Hal ini dikarenakan lampu kuning memberikan suasana yang redup atau remang-remang di dalam restoran.

Saran-saran yang diberikan diatas merupakan hasil dari pengolahan data melalui angket yang penulis sebar, pernyataan yang diberikan oleh responden, dan hasil observasi. Besar harapan penulis agar saran-saran yang sudah dipaparkan dapat dipertimbangkan oleh pihak dalam mengambil keputusan untuk memperbaiki dan meningkatkan kinerja.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D., Kumar, V., & Leone, R. (2011). *Marketing Research (10th ed)*. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Alli. (2004). *Food quality assurance: Principles and practices*. Florida: CRC Press.
- An'nisa, V. (2016). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Café Little Wings Di Bandung Tahun 2016. *e-Proceeding of Applied Science, Vol.2, No.2*, 475-500.
- Armstrong, P. K. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Atmodjo, M. W. (2005). *Restoran dan Segala Permasalahannya*. Yogyakarta: Andi.
- Berman, B., & Evans, J. (2010). *Retail Management. 11th ed*. New Jersey: Prentice Hall.
- Canny, I. (2014). Measuring the mediating role of dining experience attributes on customer satisfaction and its impact on behavioral intentions of casual dining restaurants in Jakarta. *International Journal of Innovation, Management, and Technology*, V(1), 25-29.
- Chen, Y.-C., & Shinyi Lin. (2013). Applying Importance-Performance Analysis for Improving Internal Marketing of Hospital Management in Taiwan. *International Business Research*, Vol. 6, No, 4.
- Cousins, F. J. (2002). *Food and Beverage Management*. London: Prentice Hall/Pearson Education.
- Evirasanti, M., Rahyuda, K., & Yasa, N. (2016). Pengaruh Kualitas Makanan, Kualitas Layanan dan Lingkungan Fisik Terhadap Kepuasan Konsumen dan Behavioral Intentions (STUDI DI MÉTIS RESTAURANT). *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*.
- Fiani S., M., & Japarianto, E. (2012). Analisa Pengaruh Food Quality dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Roti Kecil Toko Roti Ganep's di Kota Solo . *Jurnal Manajemen Pemasaran Vol. 1, No. 1*, 1-6.

- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS Edisi 7*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gregoire Mary B., G. K. (2010). Research Contribution. *Who Will Direct Hospital Foodservice Departments in the Future? Journal of Foodservice Management & Education*, Volume 4 (1): 1-4.
- Hayes, J. D. (2011). *Restaurant Operations Management*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Hellier. K. Phillip, Geursen.M.Gus, Carr.Rodney, & Rickard.A.John. (2003). Customer Repurchase Intention : A General Structural Equation Model. *European Journal of Marketing*, Vol 37 (11/12) pages 1762-1800.
- Herawati, V. (2013). Pengaruh Persepsi Kualitas Produk Terhadap Niat Pembelian Ulang Pada Private Label "Carrefour" di Carrefour Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Vol.1, No.3*.
- Howard, John A., & Jagdish N. Sheth. (1998). *Customer Behavior and Marketing Strategy*. Boston: Irwin/ Mc Graw Hill.
- Juster. (n.d.). *Consumer Buying Intentions and Purchase Probability*. New York: Columbia University Press.
- Keller, P. K. (2009). *Manajemen Pemasaran. Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kementrian Perindustrian Republik Indonesia. (2018). *Industri Makanan dan Minuman Dorong Pemerataan Nasional*. Retrieved from kemenperin.go.id: <http://www.kemenperin.go.id/artikel/16979/Industri-Makanan-dan-Minuman-Dorong-Pemerataan-Nasional>
- Kotler, & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium, Jilid 2*. Jakarta: PT Prenhallindo.
- Kotler, P., & Gary Armstrong. (2007). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 12. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kurtus, R. (2008). *Quality in the restaurant business*.
- Levy, M., & Weitz, B. (2001). *Retailing Management. International Edition. Edisi 4*. New York: McGraw-Hill.

- Martilla, & James, J. (1977). Importance-Performance Analysis. *Journal Of Marketing*, Vol. 41 No.1, 77-79.
- Moha, S., & Loindong, S. (2016). Analisa Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Yuta di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, Vol.4, No. 1, 575-584.
- Nur Hidayah, & Anjarwati, A. L. (2018). Pengaruh Perceived Quality Terhadap Niat Beli Ulang Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Teh Botol Sosro Di Surabaya Timur). *Jurnal Ilmu Manajemen Vol.6 No.1*.
- Octaviani, A. (2013). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Coffee Toffee Jatim Expo Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, Vol 1, No.2.
- Olaru, D., Purchase, S., & Peterson, N. (2008). From Customer Value to Repurchase Intentions and Recommendations. *Journal of Business and Industrial Marketing*, Vol.23 (8): 534-565.
- Oliver, R. L. (1999). *Satisfaction a Behaviourial Perspective On The Consumer*. Singapore: McGraw-Hill Education.
- Petzer, P., & Dr Nedia Mackay. (2014). Dining atmospherics and food and service quality as predictors of customer satisfaction at sit-down restaurants. *African Journal of Hospotality, Tourism and Leisure*, Vol.3 (2), p.1-14.
- Purnomo, A. (2017). Pengaruh Café Atmosphere terhadap keputusan pembelian Gen Y pada Old Bens Cafe. *Jurnal Manajemen Maranatha*, Volume 16, No.2, 133-212.
- Qin, H., Prybutok, V., & Zhao, Q. (2009). Perceived service quality in fast food restaurants: Empirical evidence from China. *International Journal of Quality and Reliability Management*, Vol. 27, No. 4.
- Ramanathan, R., Yun Di, & Ramanathan, U. (2015). Moderating Roles of Customer Charateristics On The Link Between Service Factors and Satisfaction In A Buffet Restaurant. *Benchmarking: An International Jurnal*, Vol.23, No.2, 469-486.

- Saputra, M. C., & Sukardi. (2018). Analisis Pengaruh Variabel Store Atmosphere (Suasana Toko) Terhadap Minat Beli Ulang Pada Kopi Merapi. *Jurnal Fokus*, 99-122.
- Schiffman, I., & Kanuk, L. (2013). *Customer Behavior. 8th edition*. New Jersey: Prentice Hall.
- Sekaran, B. a. (2013. Edisi 5). *Research Methods for Business: A skill Building Approach*. New York: John Wiley & Sons.
- Suardeyasasri. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Gramedia.
- Sugianto, J., & Sugiharto, S. (2013). Analisa Pengaruh Service Quality, Food Quality, dan Price Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Yung Ho Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran PETRA Vol. 1, No. 2* , 1-10.
- Sugiarto, B., & Subagio, D. (2014). Analisa Pengaruh Produk, Kualitas Pelayanan, dan Store Atmosphere terhadap minat beli di Dream of Khayangan Art Resto Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra, Vol.2, No.1*.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulek, J., & Hensley, R. (2004). The relative importance of food, atmosphere and fairness of wait: the case of full-service restaurant. *Cornell Hotel & Restaurant Administration Quarterly (Vol. 45, Issue 3.)*.
- Sunarti, T. (2018). Pengaruh Food Quality, Dining Atmosphere dan Kesesuaian Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Cafe Ria Djenaka Batu. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 142.
- Tsiotsou, R. (2006). The Role of Perceived Product Quality and Overall Satisfaction on Purchase Intention. *International Journal of Customer Studies*, Vol.30, No.2, pp.207-217.
- Tzeng, G.-H., & Chang, H.-F. (2011). Applying Importance-Performance Analysis as a Service Quality Measure in Food Service Industry. *Journal of Technology Management & Innovation*, Vol.6.

- Umar, H. (2003). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Wijaya, W. (2016). Analisa Pengaruh Kualitas Makanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Yoshinoya Galaxy Mall Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan, Universitas Kristen Petra*.
- Winarjo, H., & Japariato, E. (2017). Pengaruh Food Quality dan Store Atmosphere terhadap Customer Loyalty dengan Customer Satisfaction Sebagai Variable Intervening Pada Café Intro di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran, Universitas Kristen Petra*.
- Yola, M., & Budianto, D. (2013). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan dan Harga Produk pada Supermarket dengan Menggunakan Metode Importance-Performance Analysis (IPA). *Jurnal Optimasi Sistem Industri, Vol.12, No.12*.
- Zeithaml, M. J. (2011). *Service Marketing (3rd Edition)*. New Dehli: Tata McGraw Hill.
- Zeithaml, V. A. (2009). *Service Marketing: Integrating Customer Focus Across The Firm 5th Edition*. New York: McGraw-Hill.