

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh *food quality* dan harga terhadap niat beli ulang, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Kepuasan responden terhadap *food quality* di Chingu Cafe Sawunggaling secara keseluruhan mendapatkan rata-rata hitung cukup puas dengan skor 3.14. Berikut ini adalah hasil yang didapatkan dari setiap dimensinya:

- *Presentation*

Kepuasan konsumen atas *presentation* (penyajian makanan) yang dilakukan oleh Chingu Cafe Sawunggaling secara keseluruhan mendapatkan skor cukup puas dengan angka 3,11.

- *Freshness*

Kepuasan konsumen atas *freshness* (kesegaran makanan) yang ada pada Chingu Cafe Sawunggaling secara keseluruhan mendapatkan skor cukup puas dengan angka 2,99. Kepuasan konsumen pada pernyataan rasa makanan enak mendapatkan nilai terendah yaitu 2.71 dalam dimensi *freshness*.

- *Wellcooked*

Kepuasan konsumen atas *wellcooked* (tingkat kematangan makanan) secara keseluruhan cukup puas dengan skor 3,17. Kebersihan pada saat menyajikan makanan konsumen menilai puas dan mendapatkan skor paling tinggi 3.48, oleh karena itu menjadi hal yang perlu dipertahankan oleh Chingu Cafe Sawunggaling.

- *Variety of food*

Kepuasan konsumen atas *variety of food* (variasi makanan) dengan rata-rata skor 3,30 dinilai cukup puas. Variasi menu makanan maupun minuman sudah baik, namun variasi tersebut kurang sesuai dengan selera konsumen. Dibuktikan dengan rendahnya skor yang didapatkan yaitu 2.86.

2. Kepuasan responden mengenai harga yang ditawarkan oleh Chingu Cafe Sawunggaling secara keseluruhan mendapatkan nilai cukup puas dengan skor 2.81. Berikut ini adalah hasil yang didapat dari setiap dimensinya :
 - Keterjangkauan harga
Kepuasan konsumen mengenai harga yaitu keterjangkauan harga dinilai cukup puas dengan skor 3,07 secara keseluruhan. Skor tertinggi berada di pernyataan harga yang ditetapkan sesuai dengan daya beli konsumen sebesar 3,22.
 - Kesesuaian harga dengan kualitas
Kepuasan konsumen mengenai harga yaitu kesesuaian harga dengan kualitas secara keseluruhan dinilai cukup puas dengan angka 2.61.
 - Daya saing harga
Kepuasan konsumen mengenai harga yaitu daya saing harga secara keseluruhan mendapatkan skor 2.74 yaitu dinilai cukup puas.
3. Penilaian mengenai niat beli ulang konsumen yang ada di Chingu Cafe Sawunggaling yaitu :

Secara keseluruhan, niat beli ulang konsumen pada Chingu Cafe Sawunggaling dinilai rendah dengan skor 2,41. Indikator paling rendah ada pada pernyataan konsumen selalu memilih Chingu Cafe Sawunggaling dibandingkan dengan restoran korea lainnya dengan skor 2.04.
4. *Food quality* ($b_{\text{food quality}} = 0.759$) dan harga ($b_{\text{harga}} = 0.412$) mempengaruhi niat beli ulang konsumen dengan variabel *food quality* yang paling dominan mempengaruhi niat beli ulang konsumen sebesar 75,2% di Chingu Cafe Sawunggaling.

5.2 Saran

Melalui kesimpulan diatas, tentu saja Chingu Cafe Sawunggaling sebaiknya memperbaiki segala kekurangannya di mata konsumen dengan mempertimbangkan saran berikut ini :

1. Dimensi *food quality*

Mengacu pada hasil regresi *food quality*, terdapat variabel yang lebih di prioritaskan untuk diperbaiki yaitu rasa makanan. Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk memperbaiki cita rasa makanan adalah dengan memberikan *training* bagaimana cara memasak makanan korea yang baik kepada para koki secara berkala. Hal ini dilakukan agar setiap koki di Chingu Cafe Sawunggaling dapat mengingat serta menjaga standar kualitas makanan yang akan disajikan kepada konsumen.

Selain itu, Chingu Cafe Sawunggaling juga perlu berhati-hati dalam membuat variasi menu makanan dan minuman karena meskipun variasi makanan dan minuman banyak, tetapi belum perlu diperhatikan apakah sesuai dengan selera konsumen. Menurut Walter et al.; Jang and Mankung, *food quality* merupakan hal penting yang harus diperhatikan oleh *restaurant* dikarenakan makanan merupakan produk utama yang ditawarkan oleh *restaurant* kepada konsumen mereka sehingga *restaurant* harus menjaga harapan konsumen mengenai kualitas dari produk yang ditawarkan oleh restoran kepada konsumen.

2. Dimensi harga

Meskipun harga yang ditetapkan oleh Chingu Cafe Sawunggaling dapat dijangkau oleh semua orang, namun belum sesuai dengan kualitas makanan yang diterima oleh konsumen. Harga telah menjadi faktor utama yang mempengaruhi pilihan pembeli. Oleh karena itu, perlu diperhatikan agar harga makanan tidak terlalu mahal, maka sebaiknya mengurangi impor untuk beberapa bahan makanan kecuali bahan makanan tersebut benar-benar tidak ada di Indonesia. Selain itu, Chingu Cafe Sawunggaling perlu memperhatikan saingannya, jangan sampai harga yang ditetapkan oleh Chingu Cafe Sawunggaling melebihi harga dari restoran korea lainnya yang sejenis karena dapat mempengaruhi niat beli ulang konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, A. D., Kumar, V., Day, S. G., & Leone, R. P. (2011). *Marketing Research*. Danvers: John Wiley & Sons.
- Azhari, P. P., & Rubiyanti, R. N. (2016, April). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Nona Eatery Bandung . *e-Proceeding of Management*, 3(1), 512-516.
- Dehotman , F. (2019, July 11). Korean House, Pionir Resto Korea di Bandung yang Berkonsep Rumah Tradisional Korea 'Hanok' Artikel ini telah tayang di tribunjabar.id dengan judul Korean House, Pionir Resto Korea di Bandung yang Berkonsep Rumah Tradisional Korea 'Hanok', <https://jabar.tribunnews.com/2019/07/11/korean-house-pionir-resto-korea-di-bandung-yang-berkonsep-rumah-tradisional-korea-hanok>. Penulis: Fasko dehotman Editor: Ichsan. Retrieved November 17, 2019, from Tribun Jabar Id: <https://jabar.tribunnews.com/2019/07/11/korean-house-pionir-resto-korea-di-bandung-yang-berkonsep-rumah-tradisional-korea-hanok>
- Evirasanti , M., Rahyuda , K., & Yasa , N. K. (2016). Pengaruh Kualitas Makanan, Kualitas Layanan, Lingkungan Fisik Terhadap Kepuasan dan Behavioral Intentions (Studi di Metis Restaurant). *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 4331-4357.
- Ghozali. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Harfania , F. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan, Experiential Marketing, Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang (Studi kasus pada restoran Ayam Geprek Sa'i Yogyakarta) . UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA.
- Hariyanto , K. (2017). Analisa Pengaruh Service Quality, Food Quality dan Perceived Value Terhadap Customer Loyalty Konsumen Restaurant Bonafé Manyar Ketotarjo Surabaya dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Interferensi. Undergraduate Thesis, Universitas Kristen Petra, Program Management Pemasaran, Surabaya.
- Hidayat, K. S. (2019, April 10). *Jurnal by Mekari*. Retrieved Desember 29, 2019, from Pentingnya Mengetahui Peran Psikologi Warna dalam Bisnis Kuliner: <https://www.jurnal.id/id/blog/peran-psikologi-warna-dalam-bisnis-kuliner/>
- Ibzan , E., Balarabe, F., & Jakada, B. (2016). Consumer Satisfaction and Repurchase Intentions. *Developing Country Studies*, 6(2), 96-100.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles Of Marketing* (Vol. 15). Upper Saddle River, New Jersey, USA: Pearson Prentice Hall .
- Krisdayanto , I., Haryono , A. T., & PT , E. G. (2018). Pengaruh Food Quality, Dining Atmosphere dan Kesesuaian Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Cafe Ria Djenaka Shinning Batu Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen di Cafe Lina Putra Net Bandungan . *Journal of Management*, 4(4).

- Lestari, M. A. (2017, Maret 30). Chingu Cafe, Tempat Makan Korea yang Bikin Kita Berasa di Korea. Retrieved 12 28, 2019, from Info Pikiran Rakyat: <http://info.pikiran-rakyat.com/?q=serial-konten/chingu-cafe-tempat-makan-korea-yang-bikin-kita-berasa-di-korea>
- Marieta, P. D. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Studi Kasus pada Legend Coffee Yogyakarta.
- Muamala, T. (2018, November 15). Kategori Umur Menurut WHO & Depkes yang Belum Banyak Diketahui Masyarakat. Retrieved January 10, 2020, from Muamala: <https://muamala.net/kategori-umur-menurut-who/>
- Muliasari, I., & Suryana, P. (2018, Februari). Harga dan Proses Terhadap Kepuasan Konsumen Kafe Instamie Di Kota Bandung. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 11(1), 15-24.
- Nafila, N. (2019, Maret 1). Apakah Pendapatan Seseorang Dapat Mempengaruhi Perubahan Konsumsi? Retrieved January 10, 2020, from Kompasiana: <https://www.kompasiana.com/nadhirotunnafile/5c78b93312ae941a915df1d4/dapatkah-pendapatan-seseorang-dapat-mempengaruhi-perubahan-konsumsi?page=all>
- Natawijaya, A. (2018, Mei 4). "Food Hybrids" dan Strategi Bersaing Usaha Kuliner. Retrieved January 10, 2020, from Kompasiana: (<https://www.kompasiana.com/andrynatawijaya/5aec6dcdbde5756be26c73b2/food-hybrids-dan-strategi-bersaing-usaha-kuliner?page=all>)
- Nurhayati, K. (2016). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Pembelian Ulang : Studi Empiris Pada Konsumen Tsabita Bakery di Surakarta. Universitas Muhammadiyah Surakarta, 131.
- Prasetyo, I. D. (2018, Februari 22). "Hallyu" dan Keberpihakan Kaum Muda. Retrieved January 29, 2019, from detik.com: <https://news.detik.com/kolom/d-3880620/hallyu-dan-keberpihakan-kaum-muda>
- Putri, L. H. (2016, Juni). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Pembelian Konsumen Terhadap Produk Naget Delicy. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 1(2).
- Rahmat, A. (2019, Februari 26). Jadi Gaya Hidup, Benarkah Fans KPop Kaya Raya atau Cuma Modal Kuota? Retrieved January 10, 2020, from IDN TIMES: <https://www.idntimes.com/hype/entertainment/danti/jadi-gaya-hidup-benarkah-fans-kpop-kaya-raya-atau-cuma-modal-kuota/full>
- Salsabilah, T., & Sunarti. (2018, January). Pengaruh Food Quality, Dining Atmosphere dan Kesesuaian Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Cafe Ria Djenaka Shinning Batu . *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 54(1).
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2007). *Consumer Behavior* (9th Edition ed.). Upper Saddle River, New Jersey, United States of America: Pearson Prentice Hall.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business*. Chichester , West Sussex , United Kingdom : John Wiley & Sons Ltd .

- Setiawan, M. F., & Japariato, E. (2012). Analisa Pengaruh Food Quality dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Roti Kecil Toko Rotu Ganep's Di Kota Solo . Jurnal Manajemen Pemasaran, 1.
- Simamora, B. (2008). Panduan Riset Perilaku Konsumen (Vol. 3). Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugianto , J., & Sugiharto, S. (2013). Analisa Pengaruh Service Quality, Food Quality dan Price Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Yung Ho Surabaya. JURNAL MANAJEMEN PEMASARAN PETRA, 1(2).
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sukmawati, R. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Kosnumen Garden Cafe Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Suryana, P., & Dasuki , E. S. (2013, December). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian dan Implikasinya pada Minat Beli Ulang . Trikonomika , 12(2), 190-200.
- Syafari, I. (2017, Desember 4). Chingu Cafe, Resto Korea Rasa Bandung. Retrieved 12 28, 2019, from Kompasiana: <https://www.kompasiana.com/jurnalgemini/5a24f21f2599ec670957bf52/chingu-cafe-resto-korea-rasa-bandung?page=all>
- Weliani , S. (2015, Juni). Analisa Pengaruh Food Quality, Service Person Customer Orientation dan Physical Environment, terhadap Repurchase Intention, Melalui Customer Satisfaction . Ultima Management, 7(1).
- Wijaya , W. (2017). Analisa Pengaruh Kualitas Makanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Yoshinoya Galaxy Mall Surabaya .
- Yuanita, P. (2017, 9 23). Asyik, Sekarang Bandung Punya Kampung Korea! Retrieved 3 20, 2019, from dream.co.id: <https://travel.dream.co.id/destination/asyik-sekarang-bandung-punya-kampung-korea-170922l.html>