

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab V dipaparkan kesimpulan dan saran dari penelitian yang telah dilakukan. Kesimpulan dibuat untuk menjawab tujuan penelitian yang diberikan dan saran-saran membangun dibuat untuk membantu Restoran X sekaligus untuk penelitian serupa yang akan datang.

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan pengolahan data dan analisis yang telah dilakukan dan untuk menjawab tujuan yang diberikan, di bawah ini dimuat beberapa poin kesimpulan :

1. Tingkat niat beli ulang Restoran X saat ini bernilai 3,84 dari 7,00 dan diinterpretasikan sebagai nilai yang rendah. Nilai ini diperoleh dari rata-rata 172 respon pada tiga buah indikator niat beli ulang
2. Perilaku niat beli ulang pelanggan Restoran X dipengaruhi oleh empat buah variabel. Variabel yang mempengaruhi niat beli ulang Restoran X mulai dari yang paling mempengaruhi hingga ke yang paling sedikit mempengaruhi, yaitu atmosfer/suasana, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan harga dan nilai. Semakin tinggi performansi empat variabel tersebut semakin tinggi pula tingkat niat beli ulang dari pelanggan Restoran X.
3. Terdapat sebanyak 22 buah usulan (yang diterima oleh manajemen Restoran X) yang diberikan, yaitu :
 - a. Penambahan pengharum ruangan dan pembersihan rutin toilet
 - b. Penambahan fasilitas sanitasi di toilet
 - c. Melapisi dinding toilet dengan keramik
 - d. Memperbaiki penerangan dalam toilet
 - e. Memutar musik di tempat makan
 - f. Memasang partisi sebagai peredam
 - g. Menambah jalur khusus untuk kursi roda
 - h. Menerapkan skema warna untuk desain interior
 - i. Memasang keramik pada lantai restoran

- j. Melakukan pemeliharaan plafon
- k. Menggunakan dua tipe warna lampu di ruang makan, yaitu *cool* dan *warm*
- l. Memasang jendela dan lampu gantung
- m. Membangun tembok
- n. Memperbaharui koleksi lagu secara berkala
- o. Memberi pelatihan terkait pengetahuan hidangan
- p. Memberi pelatihan terkait merekomendasikan menu
- q. Memberi pelatihan terkait cara mencatat pesanan
- r. Memberi pelatihan terkait menyambut pelanggan dalam *briefing* pagi
- s. Memberi pelatihan terkait standar menyajikan minuman
- t. Menambah jumlah tenaga kerja
- u. Memberi pelatihan terkait daya tanggap dalam *briefing* pagi

Ada pun usulan-usulan yang tidak diterima karena memiliki status dipertimbangkan dan ditolak. Usulan yang dipertimbangkan adalah memasang *exhaust fan* atau produk antilembap (diakomodasi pada usulan AT3 nomor 1) dan memberi informasi tambahan berupa deskripsi hidangan pada buku menu (diakomodasi pada usulan KP4 nomor 2). Usulan yang ditolak adalah mengalokasikan lahan parkir khusus untuk pengunjung restoran atau menyewa lahan parkir (tidak diakomodasi usulan lainnya).

V.2 Saran

Pada sub bab ini akan dipaparkan beberapa saran untuk Restoran X dan penelitian selanjutnya. Beberapa saran yang diberikan pada Restoran X adalah sebagai berikut :

- a. Restoran X sebaiknya segera menerapkan usulan yang diputuskan untuk diterima guna meningkatkan niat beli ulang pelanggan Restoran X.
- b. Perlu dicari tahu lebih jauh mengenai variabel-variabel lain yang mempengaruhi niat beli ulang pelanggan Restoran X melalui penelitian dengan prinsip serupa.

Saran juga diberikan untuk penelitian selanjutnya, khususnya dalam rangka meningkatkan niat beli ulang Restoran X atau restoran sejenis. Saran yang diberikan adalah sebagai berikut :

- a. Melibatkan faktor biaya dalam perhitungan untuk mendukung penentuan usulan perbaikan dan prioritas perbaikan.
- b. Menggunakan penelitian ini hanya untuk referensi meningkatkan niat beli ulang pelanggan di Restoran X karena strategi SEM yang digunakan pada penelitian ini adalah *model development strategy*. Penelitian yang akan datang harus menggunakan sampel yang lebih banyak dan model yang berbeda dari penelitian ini untuk memperkaya informasi yang akan diberikan

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding Attitudes And Predicting Social Behavior*. New Jersey: Prentice Hall.
- Byrne, B. M. (2010). *Multivariate Applications Series. Structural Equation Modeling With AMOS: Basic Concepts, Applications, And Programming (2nd ed.)*. Routledge/Taylor & Francis Group.
- Duncan, T. (2005). *Principles of Advertising & IMC, Second Edition*. New York : McGraw-Hill, Inc.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis. Pearson New International Edition*. Essex : Pearson Education Limited.
- Huang, H. C., Chang, Y. T., Yeh, C. Y., Liao, C.W. (2014). Promote the Price Promotion. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 26, 1065 – 1082. doi : 10.1108/IJCHM-05-2013-0204.
- Kaiser, H. (1974). An Index of Factor Simplicity. *Psychometrika*, 39(1), 31-36, doi : 10.1007/bf02291575.
- Kline, R.B. (2011). *Principle and Practice of Structural Equation Modeling*. New York : Guilford Press.
- Marinkovic, V., Senic, V., Ivkov, D., Dimitrovski, D., & Bjelic, M. (2014). The Antecedents Of Satisfaction And Revisit Intentions For Full-Service Restaurants. *Marketing Intelligence & Planning*, 32, 311 – 327. doi : 10.1108/MIP-01-2013-0017.
- Marsum, W. A. (2005). *Restoran dan Segala Permasalahannya*. Yogyakarta : CV. Andi Offset.
- MacCallum, R. C., Browne, M. W., & Sugawara, H. M. (1996). Power Analysis And Determination Of Sample Size For Covariance Structure Modeling. *Psychological Methods*, 1(2), 130–149. doi:10.1037/1082-989x.1.2.130
- Mensah, I., & Mensah, R. D. (2018). Effects of Service Quality and Customer Satisfaction on Repurchase Intention in Restaurants on University of Cape Coast Campus. *Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing*, 4(1), 27-36. doi : 10.5281/zenodo.1247542.

- Miles, J., & Shevlin, M. (2007). A Time And A Place For Incremental Fit Indices. *Personality and Individual Differences*, 42(5), 869–874. doi:10.1016/j.paid.2006.09.022
- Namkung, Y., & Jang, S. C. (2007). Does Food Quality Really Matter In Restaurants? Its Impact on Customer Satisfaction and Behavioral Intentions. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 31(3), 387-410, doi : 10.1177/1096348007299924
- Sekaran, U. (2003). *Research Methods for Business : A Skill Building Approach*. Singapore : John Wiley & Sons, Inc.
- Tabachnick, B.G. dan Fidell, L.S. (2007), *Using Multivariate Statistics* (5th ed.). New York: Allyn and Bacon.
- Torsina, M. (2000). *Usaha Restoran Yang Sukses*. Jakarta : PT. Bhuana Ilmu Populer, Kelompok Gramedia.