

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini akan dipaparkan mengenai kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan. Selain itu, akan diberikan juga saran-saran untuk Rumah Makan X dan untuk penelitian selanjutnya.

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Berdasarkan lima variabel yang sudah teridentifikasi dan dianggap memengaruhi niat beli ulang pada Rumah Makan X. Terdapat faktor kepuasan konsumen (KK) berpengaruh secara langsung terhadap niat beli ulang di Rumah Makan X. Faktor kualitas layanan (KL), kualitas makanan (KM) dan harga (H) berpengaruh secara tidak langsung terhadap niat beli ulang pada Rumah Makan X. Selain itu faktor tempat (T) tidak memiliki pengaruh secara langsung dan tidak langsung terhadap niat beli ulang di Rumah Makan X.
2. Terdapat lima buah usulan perbaikan yang diberikan. Lima buah usulan perbaikan terdiri dari dua buah usulan perbaikan yang pertama adalah untuk variabel harga (H). Usulan perbaikan yang diberikan berupa melakukan pemisahan wadah penyimpanan produk antara bagian paha dan dada. Kemudian usulan perbaikan kedua untuk variabel harga adalah mencari pemasok bahan baku yang lain. Kemudian terdapat tiga buah usulan perbaikan yang diberikan untuk variabel kualitas makanan (KM) diberikan juga usulan perbaikan untuk yaitu dengan melakukan edukasi penyaji makanan mengenai cara melakukan *plating* hidangan yang baik kepada, memberikan hidangan kepada tamu secara terpisah (personal), dan melakukan pergantian minyak secara rutin (sehari sekali atau sehari dua kali).

V.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan maka dapat diberikan saran sebagai berikut.

1. Pemilik Rumah Makan X dapat melakukan penerapan usulan perbaikan yang diberikan secara bertahap dan memantau perkembangan yang diberikan dari perbaikan yang dilakukan.
2. Untuk penelitian selanjutnya, dapat menggunakan referensi dari literatur yang berbeda guna mendapatkan variabel dan atribut lain yang belum diteliti dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Amofah, O., Gyamfi, I., & Tutu, C. O. (2016). The influence of service marketing mix on customer choice of repeat purchase of restaurant in Kumasi, Ghana. *European Journal of Business and Management*, 8(11), 102-112.
- Chandra, H., & Siaputra, H. (2020). Pengaruh Kualitas Makanan, Kualitas Layanan, Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Di Restoran Xyz Surabaya Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Mediator. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 8(2).
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling*. California: SAGE Publications.
- Höck, C., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2010). Management of multi-purpose stadiums: importance and performance measurement of service interfaces. *Int. J. Services Technology and Management*, 14(2/3), 188-207. doi: 10.1504/IJSTM.2010.034327
- Khan, M. (2006). *Consumer Behaviour and Advertising Management*. Ansari Road, Daryaganj, New Delhi: New Age Internasional.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14th Edition ed.). New Jersey, USA: Prentice Hall.
- Lukihardianti, A. (2018, 9 Mei). *Bisnis Kuliner di Kota Bandung Dinilai Sangat Menjanjikan*. REPUBLIKA.co.id Diunduh dari [https://republika.co.id/berita/ekonomi/korporasi/18/05/06/p8b6qe382-bisnis-kuliner-di-kota Bandung-dinilai-sangat-menjanjikan](https://republika.co.id/berita/ekonomi/korporasi/18/05/06/p8b6qe382-bisnis-kuliner-di-kota-Bandung-dinilai-sangat-menjanjikan)
- Macdonald, E. K., & Sharp, B. M. (2000). Brand awareness effects on consumer decision making for a common, repeat purchase product: A replication. *Journal of business research*, 48(1), 5-15.
- Mannan, M., Chowdhury, N., Sarker, P., & Amir, R. (2019). Modeling Customer Satisfaction And Revisit Intention In Bangladeshi Dining Restaurants. *Journal of Modelling in Management*, Vol. 14 No 4, pp. 922-947. doi:10.1108/JM2-12-2017-0135

- Martilla, J. A., & James, J. C. (1977). Importance-Performance Analysis. *Journal of Marketing*, 41(1), 77-79. doi: 10.2307/1250495
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*. Hoboken: Wiley.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian dan pengembangan*. Bandung : Alfabeta
- Susanti, R. (2019, 24 Mei). *Bali dan Kota Bandung Jadi Destinasi Wisata Kuliner Indonesia*. KOMPAS.com Diunduh dari [https://kotaBandung.kompas.com/read/2019/05/24/11293611/bali-dan-kota Bandung-jadi-destinasi-wisata-kuliner-unggulan-Indonesia](https://kotaBandung.kompas.com/read/2019/05/24/11293611/bali-dan-kota-Bandung-jadi-destinasi-wisata-kuliner-unggulan-Indonesia)
- Tarinda, R., & Zaini, A. (2018). Pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Scissors Barbershop Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 4(1), 89-92
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2017). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm* (7th Edition ed.). Dubuque : McGraw-Hill Education.