

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai kesimpulan dan saran dari keseluruhan proses pada penelitian yang telah dilakukan. Kesimpulan ini akan menjawab tujuan dari penelitian. Disisi lain, saran yang akan diberikan dapat berguna untuk pihak Rumah Makan Cek Yang dan penelitian yang akan dilakukan selanjutnya. Berikut merupakan kesimpulan dan saran yang akan diberikan.

V.1 Kesimpulan

Pada seluruh proses penelitian yang telah dilakukan, didapatkan beberapa kesimpulan. Kesimpulan yang dibuat bertujuan untuk dapat menjawab tujuan dari penelitian. Berikut merupakan kesimpulan dari penelitian ini.

1. Faktor-faktor yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam memilih Rumah Makan Vegetarian adalah harga, produk, tempat dan promosi.
2. Preferensi konsumen dalam memilih Rumah Makan Vegetarian adalah rumah makan vegetarian yang memiliki promosi-promosi yang diberikan kepada konsumen, yaitu seperti terdapatnya *voucher* potongan harga, *free delivery*, dan diskon. Variabel kedua yang didapatkan dari preferensi konsumen adalah tempat, dimana rumah makan vegetarian memiliki tempat yang luas, sejuk, bersih, dan rumah makan vegetarian yang memiliki dekorasi menarik. Kedua variabel ini didapatkan dari pengolahan analisis diskriminan karena variabel tersebut memiliki tingkat kemampuan yang tinggi untuk membedakan kelompok tidak dan kelompok iya.
3. Terdapat 10 usulan yang akan diberikan kepada Rumah Makan Cek Yang, dimana usulan ini diharapkan dapat meningkatkan keputusan pembelian di Rumah Makan Cek Yang. Berikut merupakan usulan-usulan yang akan diberikan.
 - a. Melakukan iklan di *instagram* dan memberikan *voucher* atau diskon secara langsung dengan syarat konsumen harus mengikuti (*follow*) *instagram* Rumah Makan Cek Yang.

- b. Melakukan kerjasama kembali kepada Gojek dan Rumah Makan Cek Yang memberikan layanan *free delivery* kepada konsumen yang melakukan *minimum payment* Rp. 30.000,-.
- c. Rumah Makan Cek Yang melakukan kerjasama terhadap metode pembayaran GoPay, Dana dan ShopeePay. Karena metode pembayaran ini sering terdapat *cashback* sebesar 20% hingga 60%.
- d. Menggunakan rak sepatu yang digunakan untuk meletakkan sandal-sandal atau sepatu yang digunakan oleh konsumen tempat area makan duduk bersila dan Rumah Makan Cek Yang akan membersihkan ruangan tempat penyimpanan barang-barang bekas yang akan digunakan sebagai area tempat makan.
- e. Rumah Makan Cek Yang memberikan fasilitas valet mobil agar konsumen dapat sangat terbantu untuk mendapatkan parkir di Rumah Makan Cek Yang.
- f. Memperbanyak jumlah kipas angin yang memiliki tenaga lebih besar sebanyak dua buah kipas angin.
- g. Membuat SOP mengenai kebersihan area tempat makan sehingga konsumen dapat merasakan kenyamanan pada saat mengunjungi Rumah Makan Cek Yang.
- h. Melakukan cat ulang kembali pada dekorasi dan menggunakan lemari untuk menyimpan segala macam jenis makanan ringan.

V.2 Saran

Saran diberikan untuk Rumah Makan Cek Yang dan penelitian selanjutnya yang akan dilakukan. Berikut terdapat saran-saran yang akan diberikan.

1. Rumah Makan Cek Yang dapat menyebarluaskan informasi menggunakan media sosial instagram mengenai informasi yang terdapat pada Rumah Makan Cek Yang serta promosi yang akan diberikan kepada konsumen..
2. Rumah Makan Cek Yang dapat mengkomunikasikan kepada karyawan mengenai SOP kebersihan di Rumah Makan Cek Yang agar karyawan dapat memahami isi dari SOP tersebut..
3. Penelitian selanjutnya dapat melakukan penyebaran kuesioner kepada konsumen-konsumen yang berbeda dari segi latar belakangnya dan

dapat melakukan wawancara yang lebih dalam lagi sehingga atribut yang didapatkan akan lebih dalam lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ika. (2019). Industri Kuliner Jadi Penopang Terbesar Perekonomian Kreatif Indonesia. Di unduh dari <https://www.ugm.ac.id/id/berita/18389-industri-kuliner-jadi-penopang-terbesar-perekonomian-kreatif-indonesia> Diakses pada tanggal 24 Maret 2021.
- Hair, Black, Babin, Anderson, dan Tatham. (2006). 7th ed. *Multivariate Data Analysis A Global Perspective*. New Jersey: Pearson Education.
- Jr, J. F. H., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., Black, W. C., & Anderson, R. E. (2018). *Multivariate Data Analysis*.
- Kotler, Philip. (2000). *Marketing Management*. Edisi Milenium, Prentice Hall Intl, Inc New Jersey.
- Kotler, Philip. (2004). *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*, Edisi Sebelas. Jakarta
- Larose, D. T., dan Laorse, C.D. (2015). *Data Mining and Predictive Analytics, 2nd Edition*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Mangifera, Liana, dkk. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Wisatawan Dalam Pemilihan Kuliner Di Kawasan Wisata Alam Kemuning.
- Maslow, Abraham. H. (1954). *Motivation and Personality*, New York: Harper and Brothers Publishers.
- Potter, N. N., & J. H. Hotchkiss. (2012). *Food Science*. (5th edition). New York.
- Samudranesia. (2019). Vegan Festival 2019 turut sosialisasikan gaya hidup Ramah Lingkungan. <https://samudranesia.id/vegan-festival-2019-turut-sosialisasikan-gaya-hidup-ramah-lingkungan/#:~:text=Komunitas%20vegetarian%20dan%20vegan%20di,vegan%20mencapai%20angka%202%20digit>. Diakses pada tanggal 20 Maret 2021.
- Santoso, S. (2017). *Statistik Multivariat dengan SPSS*. Jakarta: Gramedia
- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen*. Kencana.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach (7th ed.)*. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

- Sugiyono (2007). Statistika untuk Penelitian. Bandung: Alfabeta.
- Solomon, M., Bamossy, G., Askegaard, S., & Hogg, M. K. (2006). Consumer Behavior, A European Perspective, Third Edition. Prentice Hall
- Tim Dokter. (2019). 10 Manfaat Vegetarian Bagi Kesehatan (No. 5 Tak Terduga .
<https://doktersehat.com/keuntungan-menjadi-seorang-vegetarian/>.
Diakses pada tanggal 17 Mei 2021.
- Tjiptono, F. (2002). Strategi Pemasaran. Yogyakarta : Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2009). Strategi Pemasaran Jasa. Yogyakarta.
- Tjiptono, F. (2012). Strategi Pemasaran, Edisi Kedua, Penerbit Andi Offset, Yogyakarta.