

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini akan berisi mengenai kesimpulan dan saran yang diperoleh dari penelitian mengenai usulan perbaikan pada Rumah Makan Bakso Ngangenin untuk meningkatkan niat beli ulang. Kesimpulan merupakan rangkuman dari isi penelitian serta capaian dari tujuan yang dibuat pada penelitian ini. Pada bab ini juga terdapat saran yang dapat digunakan sebagai masukan untuk penelitian yang lebih baik kedepannya. Berikut adalah penjabaran dari kesimpulan dan saran.

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian mengenai usulan perbaikan pada Rumah Makan Bakso Ngangenin untuk meningkatkan niat beli ulang yang telah dilakukan pada pengumpulan dan pengolahan data. Serta analisis-analisis yang telah didapatkan, dapat ditarik beberapa kesimpulan. Kesimpulan ini merupakan hasil dari penelitian yang sudah dilakukan. Berikut ini adalah kesimpulan yang ditarik untuk menjawab tujuan penelitian.

1. Berdasarkan pengolahan data yang telah dilakukan dengan menggunakan SmartPLS, terdapat dua faktor yang memengaruhi niat beli ulang konsumen di rumah makan yaitu kualitas makanan dan rekomendasi.
2. Terdapat 6 usulan perbaikan yang dapat diberikan pada Rumah Makan Bakso Ngangenin untuk meningkatkan niat beli ulang konsumen. Usulan pada kualitas makanan yaitu penggunaan sendok takar, menonjolkan ciri khas, memperhatikan penataan makanan yang lebih teratur, melakukan perebusan mie saat konsumen memesan dan membuat bakso yang secukupnya untuk satu hari penjualan. Sedangkan usulan pada rekomendasi yaitu meningkatkan pelayanan dan kebersihan, mengoptimalkan promosi di sosial media, dan memberikan pencahayaan yang lebih terang pada papan nama untuk meningkatkan rekomendasi orang lain terhadap Rumah Makan Bakso Ngangenin.

V.2 Saran

Dalam proses penelitian mengenai usulan perbaikan pada Rumah Makan Bakso Ngangenin untuk meningkatkan niat beli ulang, terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan. Saran ini dibuat agar penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan lebih baik dan hasil yang didapat lebih baik. Beberapa saran yang dapat diberikan dari penulis untuk penelitian selanjutnya. Berikut adalah perbaikan yang dapat kami berikan.

1. Evaluasi yang diberikan, sebaiknya dapat dilakukan secara bertahap agar mendapatkan hasil yang sesuai.
2. Sebaiknya penelitian selanjutnya tidak berpaku terhadap satu jurnal dan dapat menambahkan jurnal berbeda yang berkaitan dengan niat beli ulang di rumah makan agar mendapatkan variabel-variabel lainnya yang tidak digunakan dalam penelitian ini.
3. Sebaiknya penelitian selanjutnya melakukan analisis usulan perbaikan yang telah dilakukan penelitian ini mengenai dampak yang memengaruhi terhadap peningkatan penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (2002). Perceived Behavioral Control, Self-efficacy, Locus of Control, and The Theory of Planned Behavior. *Journal of Applied Social Psychology*.
- Alli, I. (2004). Food Quality Assurance: Principles and Practices, Boca Raton, Florida: CRC Press.
- Andaleeb, S. S., & Conway, C. (2006). Customer Satisfaction in the Restaurant Industry: An Examination of the Transaction Specific Model. *Journal of Services Marketing*.
- Badan Pusat Statistik. *Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman*. Diunduh dari: https://www.bps.go.id/indikator/indikator/view_data/0000/data/104/sdgs_17/1. (Diakses 14 Februari 2021).
- Berliansyah, R. A., & Suroso, A. (2018). The Influence of Food & Beverage Quality, Service Quality, Place, and Perceived Price to Customer Satisfaction and Repurchase Intention. *Journal of Research in Management*.
- Dewi, A. I., & Ardani, I. G. A. K. S. (2018). Peran Brand Image Memediasi Pengaruh Word of Mouth Terhadap Purchase Intention (Studi pada Produk Mie Samyang Hot Spicy Chicken di Kota Denpasar). Bali, Universitas Udayana.
- George, R. T. (2000). Dining Chinese: A Consumer Subgroup Comparison. *Journal of Restaurant & Foodservice Marketing*.
- Hair, J.F., Hult, G. T., Ringle, G. T. & Sarstedt, M. (2017). *A Premier on PLS Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. USA: Sage Publication.
- Hellier, P.K., Geursen, G.M., Carr, R.A. and Rickard, J.A. (2003). Customer Repurchase Intention. *European Journal of Marketing*.
- Hidayat, D., Bismo, A., Basri, A.R., (2020). The Effect of Food Quality and Service Quality Towards Customer Satisfaction and Repurchase Intention (Case Study of Hot Plate Restaurants). *Manajemen Bisnis*.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2012). *Marketing Management*. 14th edition. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Klassen, K. J., Trybus, E., & Kumar, A. (2005). Planning Food Services for Campus Setting.

Lazada Indonesia. "Sendok Takar Bumbu Makanan."

<https://www.lazada.co.id/products/bayar-di-tempat-sendok-takar-ukur-stainless-steel-measuring-spoon-8-pcs-16780-sendok-takaran-8-pcs-alat-pengukur-bumbu-makanan-sendok-ukur-makanan-dan-minuman-set-memasak-dengan-pegangan-bakeware-aksesori-dapur-sendok-ukur-sekop-kopi-i5276170549.html>. Diakses 12 Agustus 2021.

Liu, P., & Tse, E. C. (2018). Exploring Factors on Customers' Restaurant Choice: An Analysis of Restaurant Attributes. *British Food Journal*.

Namkung, Y., & Jang, S. (2007). Does Food Quality Matter in Restaurants? Its Impacts on Customer Satisfaction and Behavioral Intentions. *Journal of Hospitality & Tourism Research*.

Olaru, D., Peterson, N., Purchase, S. (2008). From Customer Value to Repurchase Intentions and Recommendations. *Journal of Business and Industrial Marketing*.

Permadi, Prima C., Srikandi K., dan Andriani K. (2014). Pengaruh Citra Merek Terhadap Word Of Mouth dan Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Dapoer Mie Galau Jalan Selorejo 83 Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*.

Ryu, K. and Jang, S. (2008). DINESCAPE: A Scale for Customers' Perception of Dining Environments. *Journal of Foodservice Business Research*.

Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach*. 7th edition. New Jersey: Wiley.

Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Kencana.

Sugiyono (2007). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta,cv.

Shih, S. P., Yu, S., & Tseng, H. C. (2015). The Study of Consumers' Buying Behavior and Consumer Satisfaction in Beverages Industry in Tainan, Taiwan. *Journal of Economics, Business and Management*.

Solomon, M. R. (2007). *Consumer Behaviour: Buying , Having, and Being* (7th ed.). Upper Saddle River, N.J: Pearson Prentice Hall, 2007.

Zeithaml, V.A. (1988). Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence. *Journal of Marketing*.

LAMPIRAN A
DATA HASIL WAWANCARA

No.	Berapa kali Anda pernah mengunjungi Rumah Makan Bakso Ngangenin?
1	4 kali
2	1 kali.
3	2 kali
4	1 kali
5	2 kali
6	>4 kali
7	2 kali
8	>4 kali
9	1 kali
10	1 kali
11	3 kali
12	1 kali
13	2 kali
14	1 kali
15	1 kali
16	2 kali
17	4 kali
18	2 kali
19	1 kali
20	1 kali
21	1 kali
22	1 kali
23	1 kali
24	1 kali
25	1 kali
26	1 kali
27	1 kali
28	1 kali
29	2 kali
30	1 kali
31	1 kali
32	1 kali
33	1 kali
34	1 kali
35	1 kali
36	1 kali
37	1 kali
38	1 kali
39	1 kali
40	1 kali

No.	Faktor apakah yang menjadi pertimbangan melakukan / tidak melakukan pembelian bakso?
1	Rasa, harga, pelayanan dan fasilitas
2	Rasa, pelayanan dan tempat.
3	Rasa dan harga.
4	Rasa, pelayanan dan tempat
5	Rasa, harga, rekomendasi dari teman
6	Tempat higienis, harga sesuai dengan kualitas makanan
7	Rasa dan harga
8	Rasa, pelayanan karyawan dan tempat
9	Lokasi, harga, promo
10	Lokasi dan harga
11	Rasa yang enak dan harga
12	Harga, fasilitas, pelayanan
13	Harga dan pelayanan
14	Tempat, pelayanan, fasilitas yang kurang dan rasa
15	Promo, fasilitas, harga
16	Harga, pelayanan, rekomendasi
17	Harga, fasilitas dan tempat
18	Rasa, rekomendasi, harga
19	Rasa, fasilitasnya kurang dan tempat
20	Produk rasanya biasa saja untuk harga yang terbilang mahal
21	Fasilitas, tempat
22	Rasa, harga, fasilitas
23	Rasa dan harga
24	Harga, rasa, fasilitas
25	Tempatnya tidak terlalu nyaman, dan rasa bakso sama saja seperti bakso di tempat lainnya
26	Rasa dan tempat
27	Fasilitas, harga, rasa
28	Rasa, fasilitas
29	Fasilitas, promo, harga, rasa
30	Harga dan rasa
31	Rasa makanan yang biasa saja
32	Rasa dan harga serta kekomplitan varian topingnya
33	Promo, fasilitas, harga, rekomendasi
34	Rasa, fasilitas, pelayanan
35	Rasa dan tempat
36	Promo, fasilitas, harga
37	Lokasi, harga, promo, pelayanan
38	Pelayanan, rasa, harga
39	Rasa dan harga
40	Harga, promo, lokasi

Pada pertanyaan selanjutnya dikhususkan bagi konsumen yang frekuensi kedatangannya baru pertama kali. Pertanyaan tersebut yaitu apakah memiliki keinginan untuk datang kembali ke Rumah Makan Bakso Ngangenin dan apa

alasan sehingga responden tidak ingin datang kembali ke Rumah Makan Bakso Ngangenin?

No.	Apakah Anda ingin datang kembali ke Bakso ngangenin?	Alasan
1	Tidak	Rasa dari bakso belum ada yang khas.
2	Tidak	Tempat kurang nyaman
3	Tidak	Tempat yang tidak menarik dan panas
4	Tidak	Tempat yang panas, harga yang mahal, tidak bisa untuk nongkrong
5	Tidak	Tempat yang panas, harga yang lumayan mahal, tempat parkir yang kecil
6	Tidak	Tempat tidak nyaman
7	Tidak	Parkir yang kecil, tidak adanya ac
8	Tidak	Fasilitas kurang memadai, kurang bersih
9	Tidak	Tidak tertarik untuk mencicipi produk lain karena produk utamanya saja kurang memberikan impresi yang luar biasa
10	Tidak	Tempatnya kurang bersih, wcnya kurang bersih, panas
11	Tidak	Kurang bersih
12	Tidak	Fasilitas rumah makan kurang memadai
13	Tidak	Tempatnya kurang nyaman dan bersih
14	Tidak	Untuk industri kuliner, menurut saya sanitasi fasilitas sangat penting, sementara bakso ngangenin ini tampaknya kurang memperhatikan aspek tersebut
15	Tidak	Suasana makan kurang nyaman
16	Ya	Harga dan rasa yang enak
17	Tidak	Rasa biasa saja
18	Tidak	Toilet kurang bersih dan pelayanan kurang baik
19	Tidak	Rasa makanan yang biasa saja dan kurang spesial untuk bersaing dengan pedagang sejenis lain
20	Tidak	Tempat yang panas
21	Tidak	Kebersihan wc yang tidak diperhatikan
22	Tidak	Panas karena tidak ada ac
23	Tidak	Pelayanan karyawan yang tidak baik
24	Ya	Harga yang sesuai dengan rasa yang disajikan
25	Tidak	Fasilitas yang kurang seperti tempat parkir dan ac
26	Tidak	Tempat yang panas, gelap, pengap
27	Tidak	Kurang bersih dari tempatnya
28	Tidak	Wc yang kurang bersih, tempat yang panas, dan pelayanan yang kurang

LAMPIRAN B
KUESIONER PENELITIAN

Kuesioner Niat Beli Ulang Rumah Makan

Halo perkenalkan saya Giovani Anggasta, mahasiswa Teknik Industri UNPAR.

Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk merancang skripsi mengenai minat beli ulang konsumen pada rumah makan. Mohon ketersediaan teman-teman/Bapak/Ibu/Kakak/Adik untuk mengisi kuesioner ini yang membutuhkan waktu pengisian kurang lebih 5-7 menit. Terima kasih telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini.

*Required

Apakah Anda pernah membeli makanan atau mengunjungi rumah makan di Kota Bandung? *

- Ya
- Tidak

Next

Kuesioner Niat Beli Ulang Rumah Makan

*Required

Kuesioner Niat Beli Ulang Rumah Makan

Jenis kelamin *

- Laki-laki
- Perempuan

Umur *

- <18 tahun
- 18-25 tahun
- 26-35 tahun
- 36-45 tahun
- >45 tahun

Domisili saat ini *

- Bandung
- Jakarta
- Other: _____

Pekerjaan saat ini *

Pelajar atau mahasiswa

Karyawan

Wiraswasta

Other: _____

Jumlah uang yang dikeluarkan dalam sekali kunjungan rumah makan *

<Rp20.000

Rp20.000-Rp40.000

Rp40.001-Rp80.000

Rp80.001-Rp100.000

>Rp100.000

Rumah makan yang paling sering Anda kunjungi (**pilihan rumah makan ini selanjutnya akan disebut Rumah Makan X**) *

Rumah Makan Bakso Ngangenin

Kedai Kopi Oh

We and Joy

Lomie 61

Bakso Boedjangan

Mie Merapi

Bakso Semar

Nasi Goreng Mafia

Other: _____

Kuesioner Niat Beli Ulang Rumah Makan

*Required

Kuesioner Niat Beli Ulang Rumah Makan

Rumah makan yang dipilih sebelumnya akan disebut Rumah Makan X.

Kualitas Makanan

Menurut saya, Rumah Makan X memiliki rasa makanan yang sesuai *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	Sangat Setuju				

Rumah Makan X memiliki tampilan makanan yang menarik bagi saya *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	Sangat Setuju				

Makanan di Rumah Makan X menurut saya sehat atau bernutrisi *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	Sangat Setuju				

Pendapat saya, Rumah Makan X memiliki variasi menu *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Rumah Makan X memiliki kesegaran makanan menu yang saya inginkan *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Menurut saya, makanan di Rumah Makan X aman dan higienis *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Back Next

Kuesioner Niat Beli Ulang Rumah Makan

*Required

Kuesioner Niat Beli Ulang Rumah Makan

Harga dan Nilai

Rumah Makan X memiliki harga yang wajar dan sesuai untuk saya *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Menurut saya, Rumah Makan X memiliki ukuran porsi yang sesuai dengan harga *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Harga yang saya bayarkan di Rumah Makan X sesuai dengan kualitasnya *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Secara keseluruhan, harga yang saya bayarkan sesuai dengan kualitas yang saya terima di Rumah Makan X *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

[Back](#) [Next](#)

Kuesioner Niat Beli Ulang Rumah Makan

*Required

Kuesioner Niat Beli Ulang Rumah Makan

Kualitas Layanan

Rumah Makan X memiliki pegawai yang penuh perhatian seperti yang saya inginkan *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	Sangat Setuju				

Menurut saya, Rumah Makan X memiliki pegawai yang memiliki pengetahuan tentang menu *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	Sangat Setuju				

Rumah Makan X menyajikan makanan sesuai pesanan yang saya pesan *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	Sangat Setuju				

Rumah Makan X memberikan keakuratan tagihan pada saya *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Rumah Makan X memberikan saya layanan yang cepat *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Pegawai Rumah Makan X menurut saya ramah dan membantu *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Bagi saya Rumah Makan X memiliki layanan yang dapat diandalkan dan konsisten *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

[Back](#) [Next](#)

Kuesioner Niat Beli Ulang Rumah Makan

*Required

Kuesioner Niat Beli Ulang Rumah Makan

Kenyamanan Akses

Menurut saya, Rumah Makan X memiliki lokasi yang nyaman *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Rumah Makan X dapat saya capai dengan berjalan kaki singkat *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Rumah Makan X memiliki ketersediaan tempat parkir yang saya inginkan *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

[Back](#) [Next](#)

Kuesioner Niat Beli Ulang Rumah Makan

**Required*

Kuesioner Niat Beli Ulang Rumah Makan

Suasana

Rumah Makan X memiliki desain interior dan dekorasi yang sesuai dengan saya harapkan *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Menurut saya, Rumah Makan X memiliki pencahayaan atau penerangan yang baik *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Rumah Makan X memiliki musik yang tersedia sesuai dengan suasana saya saat berkunjung *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Bagi saya Rumah Makan X memiliki suhu ruangan yang sesuai *						
	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju
Rumah Makan X memiliki kebersihan tempat makan sesuai yang saya inginkan *						
	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju
Menurut saya, Rumah Makan X memiliki kebersihan toilet *						
	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju
Rumah Makan X bagi saya memiliki penampilan pegawai yang baik dan sesuai *						
	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju
Rumah Makan X memiliki aroma dan ciri khas lingkungan yang sesuai dengan yang saya inginkan *						
	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju
<input type="button" value="Back"/>	<input type="button" value="Next"/>					

Kuesioner Niat Beli Ulang Rumah Makan

*Required

Kuesioner Niat Beli Ulang Rumah Makan

Rekomendasi (Word of Mouth)

Saya mendengarkan hal-hal positif dari orang lain mengenai Rumah Makan X *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Saya mengunjungi Rumah Makan X dikarenakan memperoleh rekomendasi dari orang lain *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Saya mengunjungi Rumah Makan X dikarenakan memperoleh ajakan untuk membeli dari orang lain *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

[Back](#) [Next](#)

Kuesioner Niat Beli Ulang Rumah Makan

*Required

Kuesioner Niat Beli Ulang Rumah Makan

Niat Beli Ulang

Saya akan merekomendasikan Rumah Makan X ini kepada orang lain *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Saya bersedia memberi tahu orang lain tentang aspek bagus dari Rumah Makan X ini *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Saya berencana untuk mengunjungi kembali Rumah Makan X ini di masa depan *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

[Back](#) [Next](#)

Kuesioner Niat Beli Ulang Rumah Makan

Terima kasih Bapak/Ibu atas partisipasi Anda dalam kuesioner ini.

Semoga Anda selalu dalam keadaan yang sehat.

Back

Submit

