

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini membahas terkait kesimpulan yang dapat ditarik berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan. Selain itu, terdapat saran yang juga dipaparkan pada bab ini. Kesimpulan dalam bab ini akan menjawab rumusan masalah yang ada pada pendahuluan, sementara saran diberikan untuk penelitian yang akan mendatang.

V.1 Kesimpulan

Pada bagian ini akan dipaparkan terlebih dahulu beberapa kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian. Adapun kesimpulan yang ada akan menjawab rumusan masalah yang telah ditetapkan pada awal penelitian. Berikut merupakan beberapa kesimpulan yang dapat ditarik melalui penelitian ini.

1. Terdapat 6 buah faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih restoran *seafood*. Keenam faktor yang dipertimbangkan konsumen dan diteliti dalam penelitian ini yaitu kualitas *seafood*, harga makanan, lokasi, keadaan restoran, pelayanan, dan terakhir yaitu lahan parkir.
2. Masing-masing atribut memiliki tingkat kepentingan relatif tersendiri yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih restoran *seafood*. Kepentingan relatif yang lebih besar menggambarkan tingkat kepentingan yang lebih besar pula dalam keputusan konsumen memilih restoran *seafood*. Atribut kualitas *seafood* memiliki kepentingan relatif sebesar 30,720; keadaan restoran sebesar 25,036; pelayanan sebesar 15,696; lahan parkir sebesar 11,744; harga makanan sebesar 11,650; dan lokasi sebesar 5,154.
3. Usulan perbaikan yang dapat diberikan kepada Restoran X berdasarkan pada kombinasi level atribut yakni Restoran X menyediakan kualitas *seafood* yang baik dalam artian masih hidup sebelum dimasak, dengan harga makanan yang murah, memiliki keadaan restoran yang bersih dan tidak berbau, serta pelayanan yang dapat ditolerir hingga tahap cukup baik dan dengan lokasi di area laut serta lahan parkir luas.

V.2 Saran

Bagian ini memaparkan beberapa saran yang dapat diusulkan oleh peneliti untuk kegiatan penelitian mendatang. Saran dapat digunakan untuk menyempurnakan penelitian ini yang mungkin masih ada celah kekurangan. Berikut merupakan beberapa saran yang dapat diberikan.

1. Kuesioner sebaiknya disebarakan lebih merata kepada responden dengan rentang usia yang berbeda-beda agar diperoleh perbandingan usia antar responden yang lebih seimbang.
2. Level pada setiap atribut sebaiknya dijelaskan dengan lebih rinci dan sebaiknya dapat terukur sehingga perbandingan antar level juga lebih jelas. Penjelasan sebaiknya menggunakan kata-kata yang netral.
3. Apabila Restoran X mengimplementasikan usulan perbaikan yang telah diberikan, penelitian selanjutnya dapat dilakukan untuk memperbaharui citra nama Restoran X dalam perspektif konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Atmodjo, M. W. (2005). *Restoran dan Segala Permasalahannya*. Yogyakarta: Andi
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2009). *Multivariate Data Analysis, 7th Edition*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kementrian Perindustrian Indonesia. (2021). Industri Makanan Dan Minuman Diakselerasi Menuju Transformasi Digital. Diakses melalui <https://kemenperin.go.id/artikel/22485/Industri-Makanan-dan-Minuman-Diakselerasi-Menuju-Transformasi-Digital>.
- Koo, L., Tao, F., & Yeung, J. (1999). *Preferential Segmentation of Restaurant Attributes Through Conjoint Analysis*. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 11, 242-253. doi: 10.1108/09596119910272784.
- Kotler, P. (2000). *Marketing Management: Millenium Edition, 10th Edition*. New Jersey: Prentice Hall.
- Lavidge, R. J., & Steiner, G. A. (1961). A Model for Predictive Measurements of Advertising Effectiveness. *Journal of Marketing*, 25(6), 59–62. doi: 10.2307/1248516.
- Nicholson, W., & Snyder, C. (2011). *Microeconomic Theory: Basic Principles and Extensions, 11th Edition*. Ohio: South-Western, Cengage Learning.
- Orme, B. K. (2010). *Getting Started with Conjoint Analysis: Strategies for Product Design and Pricing Research, 2nd Edition*. Madison: Research Publisher LLC.
- Orme, B. K. & Baker, G. (2000). *Comparing Hierarchical Bayes and Randomized First Choice for Conjoint Simulations*. Diunduh dari <https://sawtoothsoftware.com/resources/technical-papers/conferences/sawtooth-software-conference-2000>
- Rameshwaran, B. (2020). *A Conjoint Analysis of The Determinants of Preference Towards Fast Food Restaurants Among The Expatriates In UAE-An Empirical Study*. *SSRG International Journal of Economics and Management Studies*, 7(1), 150-158.

- Sawtooth Software Inc. (2017). *The CBC System for Choice-Based Conjoint Analysis, Version 9*. Diunduh dari <http://www.sawtoothsoftware.com/download/techpap/cbctech.pdf>.
- Sawtooth Software Inc. (2021). *The CBC/HB System Technical Paper V5.6*. Diunduh dari <https://sawtoothsoftware.com/resources/technical-papers/cbc-hb-technical-paper>.
- Soekresno. (2000). *Management Food and Beverage, service hotel*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Umum.
- Sudiby. (2002). *Perilaku konsumen dan kesinambungan kebutuhan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Warta Ekonomi (2021). Industri Makanan Minuman Masih Jadi Andalan di 2021. Diakses melalui <https://www.wartaekonomi.co.id/read323825/industri-makanan-minuman-masih-jadi-andalan-di-2021>