

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada Bab V merupakan bagian penutup dari penelitian yang telah dilakukan. Bagian penutup terdiri dari dua subbab yaitu kesimpulan dan saran. Kesimpulan membahas mengenai hasil akhir yang menjawab rumusan masalah. Saran membahas mengenai masukan untuk pemilik dan peneliti selanjutnya.

V.1 Kesimpulan

Pada subbab ini akan dibahas mengenai kesimpulan yang didapatkan dari hasil pengolahan data dan juga analisis. Kesimpulan disini dilakukan untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Berikut akan dipaparkan kesimpulan dari penelitian ini.

1. Dalam mengetahui faktor – faktor yang memengaruhi niat beli ulang konsumen di restoran dapat dilihat dari nilai *total effect* pengujian *structural model path coefficient*. Faktor yang memengaruhi niat beli ulang konsumen ada sebanyak enam. Keenam faktor tersebut yaitu atmosfer, kepuasan pelanggan, kualitas makanan, harga, reputasi restoran dan *trust*. Kepuasan pelanggan memengaruhi niat beli ulang paling tinggi dibandingkan dengan faktor lainnya.
2. Dari hasil analisis dan usulan yang telah dilakukan maka didapatkan total usulan perbaikan sebanyak 24 buah. Dua puluh empat usulan tersebut terdiri dari 8 usulan untuk variabel atmosfer, 7 usulan untuk variabel kualitas makanan, 6 usulan untuk variabel reputasi restoran dan 3 usulan untuk variabel harga. Seluruh usulan perbaikan tersebut telah didiskusikan bersama dengan pemilik Restoran T dan telah diterima untuk diimplementasikan.

V.2 Saran

Pada subbab ini dibahas mengenai saran dari penelitian yang telah dilakukan. Saran yang diberikan bertujuan untuk dapat memperbaiki kesalahan yang telah dilakukan peneliti saat ini agar kedepannya dapat menghasilkan

penelitian yang lebih baik lagi. Saran juga akan diberikan kepada pemilik Restoran T. Berikut di bawah ini adalah saran yang dapat diberikan.

1. Bagi pihak Restoran T disarankan untuk menerapkan usulan perbaikan yang telah diterima dan melakukan evaluasi atas penerapan usulan perbaikan tersebut. Jelasnya, hal ini bertujuan untuk mengetahui tingkat keefektifan usulan yang diberikan serta keberhasilan atas setiap variabel yang diberikan usulan perbaikan.
2. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah variabel seperti variabel *brand image* yang dapat memengaruhi *customer satisfaction* dan juga variabel *sales promotion* yang dapat memengaruhi secara positif kepada niat beli ulang melalui kepuasan pelanggan. Selain variabel tersebut dapat menambahkan variabel lain yang berhubungan dengan perilaku konsumen. Hal ini disarankan guna untuk meningkatkan nilai dari koefisien determinasi agar minimal 0,75 yang menyatakan model penelitian kuat.
3. Bagi peneliti selanjutnya pada bagian variabel kualitas pelayanan dapat dijabarkan lebih rinci terkait indikator yang termasuk ke dalam *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* sehingga model menjadi lebih kompleks dan wawasan yang didapatkan bertambah banyak sebagai hasil dari pengembangan model.

DAFTAR PUSTAKA

- Agmasari, S. (2021, 11 Agustus). Sektor Kuliner Penyumbang Terbesar PDB Ekonomi Kreatif Indonesia. *Kompas.com*. Diunduh dari <https://www.kompas.com/>
- Ali, A., & Bhasin, J. (2019). Understanding Customer Repurchase Intention in E-commerce: Role of Perceived Price, Delivery Quality, and *Perceived value*. *Jindal Journal of Business Research*, Vol. 8, issues 2. doi:10.1177/2278682119850275
- Angelia, D. (2022, Juni). Usaha Kuliner di Indonesia dalam Bingkai Statistik. *GoodStats*. Diunduh dari <https://goodstats.id/>
- Anis, W., Kuntoro & Melaniani, S. (2021). Difference Of Power Test And Type II Error (B) On Mardia Mvn Test, Henze Zikler's Mvn Test, And Royston's Mvn Test Using Multivariate Data Analysis. *Jurnal Biometrika dan Kependudukan*, Vol. 10 (2), pp. 153-161. doi: 10.20473/jbk.v10i2.2021.181-190.
- Ardiyanti, R. S. (2022, 30 April). Pentingnya Menjaga Kepuasan Konsumen untuk Menjaga Loyalitas Konsumen. *Kumparan.com*. Diunduh dari <https://kumparan.com/>
- Awi, Y. L. & Chaipoopirutana, S. (2014). A Study of Factors Affecting Consumer's Repurchase Intention Toward XYZ Restaurant, Myanmar. *International Conference on Trends in Economics, Humanities and Management (ICTEHM'14) Aug 13-14, 2014 Pattaya (Thailand)*. doi: 10.15242/ICEHM.ED0814093
- Boston. (2013). Pengertian Restoran: Jenis, Tujuan dan Sistem Pelayanan. *AmesBoston*. Diunduh dari <https://www.amesbostonhotel.com/>
- Cha. (2022, 6 September). PPKM Seluruh Indonesia Diperpanjang Hingga 23 Oktober 2022. *CNBCIndonesia*. Diunduh dari <https://www.cnbcindonesia.com/>
- CNN Indonesia. (2021, 29 Juli). Juli 2021, Bulan dengan Kasus Kematian Covid-19 Terbanyak. *CNNIndonesia*. Diunduh dari <https://www.cnnindonesia.com/>

- Dinas Pariwisata dan Kebudayaan. (2021). Jumlah Restoran Berdasarkan Kabupaten/Kota di Jawa Barat. *OpendataJabar*. Diunduh dari <https://opendata.jabarprov.go.id/id/dataset/jumlah-restoran-berdasarkan-kabupatenkota-di-jawa-barat>.
- Dinas Pariwisata dan Kebudayaan. (2021). Jumlah Rumah Makan Berdasarkan Kabupaten/Kota di Jawa Barat. *OpendataJabar*. Diunduh dari <https://opendata.jabarprov.go.id/id/dataset/jumlah-rumah-makan-berdasarkan-kabupatenkota-di-jawa-barat>.
- Erkmen, E. & Hancer, M. (2019). Building Brand Relationship for Restaurants: An Examination of *Other customers*, Brand Image, *Trust*, and Restaurant Attributes. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. doi: 10.1108/IJCHM-08-2017-0516
- Ghozali, I. (2020). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ha, J. and Jang, S. (2010). Effects of service quality and food quality: the moderating role of atmospherics in an ethnic restaurant segment. *International Journal of Hospitality Management*, Vol. 29 No. 3, pp. 520-529. doi: 10.1016/j.ijhm.2009.12.005
- Hair et al. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Second Edition*. United States of America: Sage Publications, Inc.
- Hellier, P. K., Geursen, G. M., Carr, R. A., & Rickard, J. A. (2003). Customer repurchase intention. *European Journal of Marketing*, 37(11/12), 1762–1800. doi:10.1108/03090560310495456
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14th Edition ed.) New Jersey, USA: Prentice Hall.
- Liu, P. & Tse, E. C. Y. (2018). Exploring Factors on Customers's Restaurant Choice: An Analysis of Restaurant Attributes. *British Food Journal* .doi: 10.1108/BFJ-10-2017-0561
- Mannan, M., Chowdhury, N., Sarker, P., & Amir, R. (2019). Modeling customer satisfaction and revisit intention in Bangladeshi dining restaurants. *Journal of Modelling in Management*, 14(4), 922–947. doi:10.1108/jm2-12-2017-0135

- Meiryani, Dr., S.E., Ak., M.M., M.Ak., CA. (2021, 12 Agustus). Memahami Inner Model (Model Struktural) Dalam SMART PLS. *BINUSUniversitySchoolOfAccounting*. Diunduh dari <https://accounting.binus.ac.id>.
- Munte, Y.S, Ginting, P., dan Sembiring, B. K. F. (2022). The Influence of Trust and Sales Promotion on Repurchase Intention Through Consumer Satisfaction in Doing Online Shopping in Medan City. *International Journal of Research and Review*, Vol. 9. doi: <https://doi.org/10.52403/ijrr.20220826>
- Pamungkas, F. (2021, 4 September). Musik Tidak Sebatas Pengiring Pengalaman Bersantap. *Feastin'*. Diunduh dari <https://www.feastin.id/>.
- Pebriansah, D.V. (2018, 25 April). Musik, Nafsu Makan dan Bisnis Restoran. *Seratpena*. Diunduh dari <https://seratpena.com/>.
- Ringle, C. M. & Sarstedt, M. (2016). Gain More Insight From Your PLS-SEM Results: The *Importance-Performance* Map Analysis. *Industrial Management & Data Systems*, Vol. 116, No. 9, pp. 1865-1886. doi: 10.1108/IMDS-10-2015-0449
- Sekaran, U. & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business Seventh Edition*. United Kingdom: JohnWiley & Sons Ltd.
- Torsina, M. (2000). *Usaha Restoran yang Sukses*. PT Buana Ilmu Populer. Kelompok Gramedia. Jakarta
- Utama, M. R. N., Harsono, A. & Novirani, D. (2014). Usulan Peningkatan Kepuasan Layanan dengan Metode *Importance Performance Matrix* (IPM) (Studi Kasus Poliklinik Kebidanan dan Kandungan RSUP Dr. Hasan Sadikin Bandung). *Jurnal Teknik Industri Itenas*, Vol. 02, No. 04. Diunduh dari <https://ejournal.itenas.ac.id/index.php/rekaintegra/article/viewFile/645/846>
- Reichheld, F. F. & Sasser, W. E. (1990). Zero Defections: Quality Comes to Services. *Harvard Business Review*. Diunduh dari <https://hbr.org/>