

## **BAB 5**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Kesimpulan penelitian ini akan mencakup pembahasan atas hasil pengolahan data dari jawaban angket yang telah diisi oleh responden dengan kriteria responden penggemar kuliner, penikmat rasa, menyukai *snack* Korean *street food* dan pernah pernah mengonsumsi Kkuldak Paris Van Java minimal 2x.

##### **5.1.1 Food Quality**

Pada variabel *food quality*, terdapat 4 dimensi yang digunakan oleh penulis yaitu *freshness*, *taste*, *presentation* dan *well cooked*. Berikut kesimpulan yang didapatkan oleh penulis :

###### **5.1.1.1 Persepsi Konsumen Terhadap *Freshness***

1. Bahan makanan yang digunakan dipersepsikan cukup segar karena responden merasa kesegaran ayam yang digunakan cukup baik, dan rasa daging ayamnya masih enak.
2. Tekstur *chicken popcorn* dipersepsikan cenderung agak keras karena tepung dari *chicken popcorn* terlalu tebal sehingga terasa keras ketika dimakan, apalagi saat makanan menjadi dingin. Selain itu, terdapat responden yang berpendapat ayamnya agak lembek karena dimasak kurang lama sehingga tepungnya tidak *crispy* (kering).
3. Tekstur *tteokbokki* dipersepsikan cenderung agak keras karena dimasak kurang lama sehingga teksturnya masih agak keras. Selain itu, terdapat responden yang merasa tekstur *tteokbokki Kkuldak* terkadang agak lembek karena terlalu sering dilakukan pemanasan dan bahan makanan ini terbuat dari tepung beras.

###### **5.1.1.2 Persepsi Konsumen Terhadap *Taste***

1. Sebanyak 52% responden merasa rasa dari makanan sedikit hambar karena diberikan saus yang sedikit sehingga tidak merata dan terdapat bagian makanan tidak terkena saus. Selain itu terdapat tekstur makanan kurang sesuai sehingga mempengaruhi rasa dari makanan.

2. Sebanyak 53.3% responden menjawab rasa dari makanan dari waktu ke waktu cenderung berubah-ubah (tidak konsisten) karena terdapat perbedaan rasa dan tekstur ketika melakukan pembelian yang berbeda.

#### **5.1.1.3 Persepsi Konsumen Terhadap *Presentation***

1. Sebanyak 67.1% responden merasa, ukuran porsi makanan yang disajikan oleh *Kkuldak* terlalu kecil, tidak cukup mengenyangkan dan kurang sesuai dengan harga yang ditetapkan.
2. Sebanyak 54% responden menjawab ukuran porsi makanan cenderung tidak konsisten karena banyaknya isi dari makanan yang didapat terkadang tidak penuh, dan besar dari potongan ayam seringkali tidak konsisten (terkadang besar terkadang kecil).

#### **5.1.1.4 Persepsi Konsumen Terhadap *Well Cooked***

1. Sebanyak 50.7% responden menjawab kematangan makanan (*chicken popcorn* dan *tteokbokki*) cenderung tidak merata karena masih terdapat adonan tepung yang masih basah di dalam *chicken popcorn* nya dan *tteokbokki* nya masih keras karena dimasak kurang lama.
2. Sebanyak 42.2% responden merasa suhu makanan cenderung dingin karena sudah dimasak terlebih dahulu dan disajikan dalam kondisi dingin sehingga tekstur makanan pun sedikit menjadi keras.

#### **5.1.2 Persepsi Konsumen Terhadap *Price***

1. Sebanyak 69.7%. Responden merasa, harga dari makanan yang ditawarkan *Kkuldak* cukup mahal untuk kategori *snack* dan ukuran porsi yang disediakan pun lumayan kecil.
2. Sebanyak 64% responden menjawab harga makanan cenderung tidak sesuai dengan porsi karena ukuran kemasan terlalu kecil dan isi dari makanan terkadang tidak penuh.

#### **5.1.3 Niat Beli Ulang Konsumen**

1. Sebanyak 77.4% responden cenderung tidak berniat membeli ulang. Hal ini disebabkan karena responden merasa kualitas makanan dari segi rasa, tekstur, suhu dan kematangan makanannya tidak sesuai dengan harapan

responden. Selain itu, harga yang ditawarkan kurang sesuai dengan porsi yang didapat, responden beranggapan agak mahal sehingga responden tidak berniat untuk membeli kembali.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil yang telah diperoleh pada penelitian ini, terdapat persepsi positif serta persepsi negatif. Namun sebagian besarnya didominasi oleh persepsi negatif sehingga penulis memberikan saran untuk Kkuldak sebagai berikut :

1. Agar bahan makanan yang digunakan selalu dalam kondisi segar, pihak Kkuldak dapat menetapkan SOP untuk bahan-bahan makanan yang digunakan dengan menuliskan secara jelas batas waktu maksimal penyimpanan daging, sayuran atau bahan makanan yang lain dari pembelian hingga penyajiannya, dan membuat standar mengenai bahan makanan dan penyajian makanan seperti apa yang masih layak untuk disajikan oleh konsumen. Selain itu, staff Kkuldak dapat mencatat tanggal pembelian bahan baku supaya lebih mudah dan staff juga dapat menerapkan *Quality Control* terhadap makanan yang akan disajikan kepada konsumen.
2. Pihak Kkuldak dapat memperbaiki agar lebih konsisten rasa makanannya dengan cara menetapkan standar dari masing-masing menu dengan rinci, mulai dari *brand* dari bahan baku yang digunakan, takaran bahan baku yang dibutuhkan dalam membuat sebuah menu, waktu memasak, dan langkah-langkah ketika memasak secara detail.
3. Pihak Kkuldak dapat memperbaiki konsistensi porsi makanan dengan cara menetapkan standar pada sebuah menu makanan harus berisikan apa saja, dan menetapkan standar untuk berat bersih dari makanan yang akan disajikan untuk konsumen. Selain itu, pihak Kkuldak dapat melakukan survei dengan bertanya kepada konsumen mengenai ukuran porsi mereka sebagai pertimbangan untuk memperbesar kemasan makanan.

4. Agar kematangan makanan selalu konsisten, pihak Kkuldak dapat memperbaiki dengan cara menetapkan standar waktu memasak untuk setiap menu makanannya, besarnya api dan menetapkan langkah-langkah dalam memasak seperti minyak tidak boleh terlalu panas agar menghindari diluar gosong namun di dalamnya masih mentah.
5. Untuk menghindari makanan disajikan dalam kondisi dingin, pihak Kkuldak dapat menetapkan SOP agar makanan dibuat hanya saat ada orderan masuk saja atau dapat dimasak setengah matang terlebih dahulu sehingga ketika orderan masuk penyajian dapat lebih cepat, suhu makanan masih hangat dan teksturnya tidak keras.
6. Pihak Kkuldak dapat mengadakan potongan harga atau perusahaan dapat menyediakan paket dengan porsi yang lebih banyak dengan harga yang lebih murah. Selain itu, perusahaan juga dapat mempertahankan harga yang lama namun melakukan perbaikan dalam segi rasa, bahan baku yang berkualitas, konsistensi porsi dan rasa.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, R., & Sumiati, S. (2022). Analisis Pengaruh Faktor Brand Image, Food Quality, Price dan E-Wom terhadap Repurchase Intention pada Oleh-Oleh Khas Kota Batam. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 5(2), 1214-1226.
- Achmad, F. (2017, September). Persepsi Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Pembelian Ulang (Survei pada Konsumen Go-ride di Kota Surabaya), 50, 138.
- Albesta, M. (n.d.). Pengaruh Kualitas Makanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Warunk Upnormal Kota Malang.
- Astrini, N., Bakti, I.G.M.Y., Rakhmawati, T., Sumaedi, S. and Yarmen, M. (2022), "A repurchase intention model of Indonesian herbal tea consumers: integrating perceived enjoyment and health belief", *British Food Journal*, Vol. 124 No. 1, pp. 140-158. <https://doi.org/10.1108/BFJ-02-2021-0189>
- Chayana, P. R. (2014). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa" House of Balloon" terhadap Niat Beli Ulang Konsumen. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 13(2).
- Erlianto, W., & Vidyanata, D. (2021, Desember). Pengaruh Negara Asal Terhadap Minat Membeli Dengan Dimediasi Citra Merek, 6.
- Hanaysha, J. (2016, May). Testing The Effect Of Food Quality, Price Fairness, And Physical Environment On Customer Satisfaction In Fast Food Restaurant Industry. 6.
- Harjati, Lily, and Sabu G, Luslia Olivia. "Pengaruh Persepsi Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian The Body Shop." *E-Journal Widya Ekonomika*, vol. 1, no. 1, 2015.
- Huda, K. N., & Suryoko, S. (n.d.). Pengaruh Brand Equity Terhadap Repurchase Intention Melalui Brand Preference Pada Starbucks Coffee Di Kota Semarang.
- Lee, Y.-O. and Kim, M. (2008), "The effect of logistics service quality on customer satisfaction and repurchase intention: focusing on company size as a moderator", *Journal of International Logistics and Trade*, Vol. 6 No. 1, pp. 55-73. <https://doi.org/10.24006/jilt.2008.6.1.55>

- Lestari, R., Pradani, T., & Digdowiseiso, K. (2022). The Effects of Price Perceptions, Food Quality, and Menu Variations on Ordering Decisions and Their Impact on Customer Loyalty in Online Culinary Products, 5.
- Mahardhika, D., & Adi Nurmahdi. (2023). Analysis Of Price Perception, Brand Awareness, Delivery Quality On Customer Satisfaction And Repurchase Intention. *Dinasti International Journal of Education Management And Social Science*, 4(3), 323-334. <https://doi.org/10.31933/dijemss.v4i3.1615>
- Mathur, T., & Gupta, A. (2019). The Impact Of Dining Atmospheric And Perceived Food Quality On Customers' Re-Patroange Intention – In Fast Casual Restaurant. *Tourism and Hospitality Management*, 25(1), 1-25. doi:<https://doi.org/10.20867/thm.25.1.6>
- Oktavian, A. T., & Roslina, R. (2023, Mei). Pengaruh Kualitas Produk, Keberagaman Produk, dan Harga terhadap Niat Beli Ulang di Toko Holland Bakery Bandar Lampung, 3.
- Ryu, K., Lee, H. and Gon Kim, W. (2012), "The influence of the quality of the physical environment, food, and service on restaurant image, customer perceived value, customer satisfaction, and behavioral intentions", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 24 No. 2, pp. 200-223.
- Setiyaningrum, A., & Salim, L. (2021, Desember). Studi Tentang Determinan Actual Purchase Behavior Pada Restoran: Pengujian Atas Perceived Food Quality, Perceived Price, Dan Restaurant Trust, 16.
- Sugianto, J., & Sugiharto, S. (2013). Analisa Pengaruh Service Quality, Food Quality, Dan Price Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Yung Ho Surabaya, 1, 1-10.
- Singh, G., Slack, N., Sharma, S., Mudaliar, K., Narayan, S., Kaur, R. and Sharma, K.U. (2021), "Antecedents involved in developing fast-food restaurant customer loyalty", *The TQM Journal*, Vol. 33 No. 8, pp. 1753-1769.
- Suharyono, & Mifta Elfahmi. (2021). The Effect of Product Quality, Price Perception and Promotion on Customer Satisfaction and its Impact on Customer Loyalty of PT Makmur Jaya Agro Pesticides. *Open Access Indonesia Journal of Social Sciences*, 4(2), 223-237.

- Sugiarto, B. U., & Subagio, H. (2014). Analisa Pengaruh Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Di Dream of Khayangan Art Resto Surabaya, 2.
- Sugiharto, S., & Renata, M. (n.d.). Pengaruh Ketersediaan Produk Dan Harga Terhadap Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Dalam Study Kasus Air Minum Dalam Kemasan (Amdk) Cleo Di Kelurahan Gunung Anyar Surabaya.
- Setiyaningrum, A., & Salim, L. (2021). Studi tentang Determinan Actual Purchase Behavior pada Restoran: Pengujian atas Perceived Food Quality, Perceived Price, dan Restaurant Trust. *Fokus Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 16(2), 372-394.
- Siswandi, M. S. N., & Marchyta, N. K. (2022). Pengaruh Food Quality Dan Service Quality Terhadap Revisit Intention Melalui Customer Satisfaction Di Gudeg Ceker Margoyudan Solo. *Agora*, 10(2).
- Sudiro, R. S., & Anandya, D. (2018). Pengaruh Quality of Physical Environment, Food Quality Dan Service Quality Terhadap Restaurant Image, Customer Perceived Value, Customer Satisfaction Dan Behavioral Intentions Pada Hachi-hachi Bistro Di Surabaya. *Calyptra*, 6(2), 1462-1480.
- Weliani, S. (2015, Juni). Analisa Pengaruh Food Quality, Service Person Customer Orientation, Dan Physical Environment, Terhadap Repurchase Intention, Melalui Customer Satisfaction, 7.
- Wijaya, W. (n.d.). Analisa Pengaruh Kualitas Makanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Yoshinoya Galaxy Mall Surabaya.
- Wijaya, Y. R., & Tjahjaningsih, E. (2022, Desember). Analisis Faktor Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Pada Niat Beli Ulang. 15, 201-211.
- Winarjo, H., & Japarianto, E. (n.d.). Pengaruh Food Quality dan Atmosphere terhadap Customer Loyalty dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Café Intro di Surabaya.
- Woo Gon Kim, Christy Yen Nee Ng, Yen-soon Kim, Influence of institutional Dineserv on customer satisfaction, return intention, and word-of-mouth, *International Journal of Hospitality Management*, Volume 28, Issue 1, 2009, Pages 10-17.