

## **BAB 5**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian penulis yang berjudul “Pengaruh Persepsi atas *Food Quality* terhadap Niat Beli Ulang Konsumen *California Fried Chicken* Singgasana Bandung” yang diwakilkan oleh 100 responden, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Persepsi konsumen terhadap *food quality California Fried Chicken* pada variabel tingkat kesesuaian rasa, variasi menu, kesegaran, kesesuaian temperature, aroma, dan penampilan belum memiliki persepsi positif dibenak responden. Namun pada dimensi ini tidak dapat dikatakan sangat buruk karena ada responden yang merasa netral setuju dan sangat setuju pada *food quality* yang dimiliki *California Fried Chicken* Singgasana Bandung.
2. Persepsi Konsumen atas niat beli ulang pada *California Fried Chicken* Singgasana Bandung masih belum memiliki persepsi positif dibenak responden. Namun pada dimensi ini tidak dapat dikatakan sangat buruk, karena masih ada responden yang memilih netral, setuju, dan sangat setuju pada niat beli ulang *California Fried Chicken* Singgasana Bandung.
3. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, dapat dikatakan bahwa variabel *food quality* (X) berpengaruh terhadap variabel niat beli ulang (Y), kemudian variabel X memiliki pengaruh secara signifikan dan positif. .

Dengan interpretasi bahwa perubahan niat beli ulang dapat dijelaskan oleh perubahan variabel persepsi pada *food quality* (X) sebesar 0.468 dan sisanya dijelaskan oleh variabel lain.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan, penulis memberikan beberapa saran yang dapat membantu restoran *California Fried Chicken* Singgasana Bandung untuk meningkatkan niat beli ulang dari konsumen. Beberapa saran yang dapat penulis berikan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil pengolahan kuesioner, responden memiliki persepsi yang negatif terhadap *food quality California Fried Chicken Singgasana Bandung*. Hal ini dikarenakan rendahnya rasa makanan, rendahnya kesesuaian *temperature* saat penyajian, rendahnya kesegaran bahan makanan, rendahnya kemenarikan tampilan makanan yang disajikan, rendahnya variasi menu yang menarik, rendahnya aroma yang lezat. Dengan begitu *California Fried Chicken Singgasana Bandung* perlu meningkatkan *food quality* pada setiap produk yang dijualnya.
2. Beberapa hal yang perlu diperhatikan oleh *California fried chicken Singgasana Bandung* terkait *food quality*, sebagai berikut:
  - a. Penampilan, penyesuaian penampilan makanan harus lebih diperhatikan kembali, restoran sebaiknya dapat menjaga kematangan dari setiap makanan sehingga dapat menghasilkan tampilan dan warna yang baik. Adanya pelatihan kembali pada karyawan agar dapat mempersiapkan makanan menjadi lebih baik agar konsumen tidak merasa kecewa dengan tampilan dari makanan.
  - b. Kesegaran, kesegaran pada makanan tentu perlu adanya perbaikan dari pihak toko untuk mengatasi masalah ini, apalagi setelah mendapatkan beberapa komentar negatif pada kolom *review*. Sebaiknya *California fried chicken Singgasana Bandung* melakukan pelatihan dan inspeksi pada karyawan agar menggunakan bahan makanan yang masih segar dan baru. Sehingga tidak ada lagi komentar mengenai kesegaran makanan yang negatif.
  - c. Temperatur, Sebaiknya *California fried chicken Singgasana Bandung* lebih memperhatikan kembali temperatur makanan yang mereka sajikan dengan melakukan *maintenance* pada penghangat makanan mereka agar konsumen dapat menerima makanan dengan temperatur yang baik. Kemudian perlu adanya penyesuaian *stock* makanan yang sudah siap saji dengan jumlah pengunjung harian, sehingga makanan masih dalam kondisi baik.

## Daftar Pustaka

- Adiputra, F., & Sutopo. (2016). ANALISIS PENGARUH KEPUASAN DAN PERSEPSI HARGATERHADAP CITRA RESTORAN DAN MINAT BELI ULANGPELANGGAN HOLYCOWSEMARANG. *DIPONEGORO JOURNAL OFMANAGEMENT*.
- Ahdiat, A. (2023, 03 24). *Daftar 10 Restoran Terlaris di Indonesia*. Retrieved from databoks:  
<https://databoks.katadata.co.id/index.php/infografik/2023/03/24/daftar-10-restoran-terlaris-di-indonesia>
- Anjarsari, G. E., Suprpti, N. S., & Sukaatmadja, I. G. (2018). PENGARUH KUALITAS MAKANAN, KUALITAS LAYANAN, DAN LINGKUNGAN FISIK RESTORAN TERHADAP KEPUASAN SERTA NIAT BERPERILAKU. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*.
- Aryadhe, P., & Rastini, N. M. (2016). KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP NIAT BELI ULANG DI PT AGUNG DENPASAR. *E-Jurnal Manajemen Unud*.
- Atmodjo, M. W. (2005). *Restoran dan Segala Permasalahannya*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Auditya, E. K., Ranciu, N. K., & Remiasa, M. (2019). PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI CALIFORNIA FRIED CHICKEN (CFC) SURABAYA.
- Gaman, P. M., & Sherrington, K. B. (1998). *The Science of Food*. New York: Routledge.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hanaysha, J. (2016). TESTING THE EFFECTS OF FOOD QUALITY, PRICE FAIRNESS, AND PHYSICAL ENVIRONMENT ON CUSTOMER SATISFACTION IN FAST FOOD RESTAURANT INDUSTRY . *AESS*.
- Hutamargo, C. T., Andajani, E., & Trisnawati, J. D. (2021). PENGARUH FOOD QUALITY, SERVICE QUALITY, PRICE-VALUE RATIO TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION DAN BEHAVIORAL INTENTION. *SMART*.
- Koo, D.-M. (2003). Inter-relationships among store images, store satisfaction, and store loyalty among Korea discount retail patrons. *ResearchGate*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management. 15th edition*. Boston: PEARSON.
- Kusdyah, I. (2012). PERSEPSI HARGA, PERSEPSI MEREK, PERSEPSI NILAI, DAN KEINGINAN PEMBELIAN ULANG JASA CLINIC KESEHATAN (STUDI KASUS ERHA CLINIC SURABAYA). *Jurnal Manajemen Pemasaran*.
- Leha, J. M., & Subagio, H. (2014). PENGARUH ATRIBUT CAFÉ TERHADAP MOTIF BELANJA HEDONIK MOTIF. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*.
- Lusiana, M. (2023, December 30). *Bisnis Kuliner Memiliki Peluang Meraup Keuntungan Besar*. Retrieved from Radio Republik Indonesia: <https://www.rri.co.id/daerah/497174/bisnis-kuliner-memiliki-peluang-meraup-keuntungan-besar>
- Mardiatmoko, G. (2020). PENTINGNYA UJIASUMSIKLASIK PADAANALISIS REGRESI LINIERBERGANDA (STUDI KASUS PENYUSUNAN PERSAMAAN ALLOMETRIK KENARI MUDA [CANARIUM INDICUML.]). *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika dan Terapan*.
- Megantara, I. T., & Suryani, A. (2016). Penentu Niat Pembelian Kembali Tiket Pesawat Secara Online Pada Situs Traveloka.com. *E-Jurnal Manajemen Unud*.

- Osmana, A. R., Hossain, T., & Sarkar, J. B. (2018). Investigating university students' satisfaction with on-campus cafeteria services: an. *AESS*.
- Palma, M. A., & Andjarwati, A. L. (2016). PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEMUDAHAN, DAN HARGA TERHADAP NIAT BELI ULANG DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Pada Pelanggan Produk Fashion Melalui Toko online di Surabaya). *JOURNAL of RESEARCH in ECONOMICS and MANAGEMENT*.
- Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman, 2011 – 2023*. (2023). Retrieved from Data Industri Research: <https://www.dataindustri.com/produk/data-pertumbuhan-industri-makanan-dan-minuman/>
- Prambudi, J., & Imantoro, J. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Ukm Maleo Lampung Timur. *Jurnal Manajemen Diversifikasi*.
- Profil Perusahaan*. (n.d.). Retrieved from CFC Indonesia: <https://www.cfcindonesia.com/tentang>
- Riskita, A. (2022, September 2). *Berani Coba? Ini 10 Jenis Usaha Kuliner yang Paling Laku!* Retrieved from berita usaha: <https://beritausaha.com/inspirasi-bisnis/jenis-usaha-kuliner/>
- Rozekhi, N. A., Hussin, S., Siddiqe, A. S., Rashid, P. D., & Salmi, N. S. (2016). The Influence of Food Quality on Customer Satisfaction in Fine Dining. *IARJ*.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*. Chichester: John Wiley & Sons.
- Susilowati, I. (2018). ANALISIS PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN FOOD QUALITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN WARAK KOFFIE PURWOKERTO.
- Tangian, D., Polii, B. D., & Permana, D. E. (2020). *Modul Food Service 1 Pelayanan di Restoran*. Manado: Politeknik Negeri.

Zhong, Y., & Moon, H. C. (2020). What Drives Customer Satisfaction, Loyalty, and Happiness in Fast-Food Restaurants in China? Perceived Price, Service Quality, Food Quality, Physical Environment Quality, and the Moderating Role of Gender. *MDPI*.