

BAB 5

Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dan pembahasan pada penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan Restoran Baso Malang Karapitan Cihampelas Walk Bandung

Responden memiliki persepsi yang baik untuk 2 dimensi, yaitu *tangibles* dan *reliability*, dalam kualitas pelayanan yang diberikan Restoran Baso Malang Karapitan Cihampelas Walk. Mereka menganggap karyawan restoran memperhatikan kebersihan dan kelengkapan alat makan, serta sudah menyajikan makanan yang sesuai dengan pesanan konsumen. Satu dimensi dianggap netral oleh responden adalah *assurance*. Untuk 2 dimensi lainnya, *responsiveness* dan *empathy*, dipersepsikan buruk karena responden merasa karyawan restoran masih belum dapat melayani konsumen dengan cepat dan menanggapi keluhan konsumen dengan baik.

2. Persepsi konsumen terhadap kualitas makanan Restoran Baso Malang Karapitan Cihampelas Walk Bandung

Responden memiliki persepsi yang baik untuk 2 dimensi, yaitu penampilan dan tekstur, dalam kualitas makanan yang diberikan Restoran Baso Malang Karapitan Cihampelas Walk Bandung. Mereka merasa restoran sudah dapat menyesuaikan tekstur makanan sesuai dengan selera konsumen dan menyajikan makanan dengan penampilan yang menarik. Dimensi yang dianggap netral oleh responden adalah rasa. Namun dimensi lainnya, yaitu porsi, masih dipersepsikan buruk oleh responden. Hal ini disebabkan karena porsi makanan yang disajikan tidak sesuai dengan gambar makanan di.

3. Persepsi konsumen terhadap niat beli ulang Restoran Baso Malang Karapitan Cihampelas Walk Bandung

Responden memiliki persepsi yang buruk untuk membeli kembali di Restoran Baso Malang Karapitan. Responden tidak ingin mengunjungi kembali Restoran Baso Malang Karapitan di masa mendatang, merekomendasikan restoran kepada orang lain, memilih

restoran sebagai pilihan utama untuk restoran yang menjual menu utama bakso, dan mencari informasi terbaru mengenai restoran.

4. Analisis pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap niat beli ulang Restoran Baso Malang Karapitan Cihampelas Walk Bandung

Dari hasil uji t, didapatkan nilai *p-value* untuk variabel kualitas pelayanan adalah 0,001 yang lebih kecil dari 0,05 dan t hitung adalah 4,214 yang lebih besar dari t tabel, yaitu 1,66. Hal ini menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif yang signifikan terhadap niat beli ulang.

5. Analisis pengaruh kualitas makanan secara parsial terhadap niat beli ulang Restoran Baso Malang Karapitan Cihampelas Walk Bandung

Dari hasil uji t, didapatkan nilai *p-value* untuk variabel kualitas makanan adalah 0,001 yang lebih kecil dari 0,05 dan t hitung adalah 4,156 yang lebih besar dari t tabel, yaitu 1,66. Hal ini menyimpulkan bahwa kualitas makanan secara parsial berpengaruh positif yang signifikan terhadap niat beli ulang.

6. Besar pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas makanan secara simultan terhadap niat beli ulang Restoran Baso Malang Karapitan Cihampelas Walk Bandung

Dari hasil uji F, didapatkan nilai *p-value* adalah 0,001 yang lebih kecil dari 0,05 dan nilai F hitung adalah 142,171 yang lebih besar dari F tabel, yaitu 3,08. Hal ini menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas makanan secara simultan berpengaruh positif yang signifikan terhadap niat beli ulang. Untuk hasil pengujian koefisien determinasi, kualitas pelayanan dan kualitas makanan memiliki kontribusi sebesar 71,4% terhadap niat beli ulang.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, ada beberapa aspek yang masih perlu ditingkatkan oleh Restoran Baso Malang Karapitan Cihampelas Walk Bandung, yaitu:

- 1) Restoran Baso Malang Karapitan memberikan *training* untuk karyawan agar mereka dapat meningkatkan kinerja yang lebih baik. Melalui *training*, diharapkan bagi karyawan restoran dapat menguasai informasi makanan dan minuman yang dijual lebih baik agar dapat menyampaikan informasi dengan jelas kepada konsumen dan bersedia untuk menyelesaikan solusi atas keluhan konsumen dengan pelayanan yang baik.

- 2) Restoran Baso Malang Karapitan mengatur alur kerja karyawan yang bertugas di saat momen-momen tertentu di mana lebih banyak konsumen yang datang membeli, seperti pada masa liburan, bulan puasa, atau *weekend*, dengan membagi jadwal kerja dalam *shift* sehingga setiap karyawan diharapkan dapat melayani konsumen dengan maksimal. Karyawan juga perlu memberi tahu konsumen tentang estimasi makanan akan diantar ke meja konsumen, agar konsumen dapat memperkirakan berapa lama mereka menunggu pesanan.
- 3) Restoran Baso Malang Karapitan menyediakan buku resep yang sudah berdasarkan ketentuan SOP restoran untuk karyawan yang bertugas di dapur agar mereka dapat memasak makanan sesuai petunjuk dan menggunakan takaran bahan-bahan yang sesuai. Dengan mengikuti petunjuk memasak dari buku resep, karyawan diharapkan dapat mempertahankan porsi makanan secara konsisten.
- 4) Restoran Baso Malang Karapitan memberikan *voucher* diskon kepada konsumen agar dapat dipakai untuk transaksi berikutnya.
- 5) Restoran Baso Malang Karapitan memasang *X banner* di depan restoran dengan menampilkan menu-menu tertentu dengan harga spesial untuk dipromosikan agar konsumen yang lewat dapat melihat *banner* dan tertarik untuk mencoba menu tersebut.
- 6) Restoran Baso Malang Karapitan memberikan diskon untuk konsumen yang meninggalkan *online review* agar dapat dibaca oleh konsumen lain dan diharapkan dapat menarik perhatian mereka untuk datang ke restoran.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, D. (2022). Analisis pengaruh service quality terhadap niat beli ulang pada Waroeng Senpai Tangerang.
- Alodia, M. (2021). Analisis pengaruh kualitas makanan terhadap niat beli ulang konsumen Raffel's Sandwich di PVJ Bandung.
- Anggraeni, M. (2022). Pengaruh profitabilitas, leverage dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan dengan good corporate governance sebagai pemoderasi pada perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2020.
- Annur, C. M. (2023). *Intensitas Mengonsumsi Makanan Cepat Saji dalam Sepekan Berdasarkan Gender (Januari 2023)*. Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/16/perempuan-lebih-sering-konsumsi-makanan-cepat-saji-ketimbang-laki-laki>
- Barrows, C. W., Powers, T., Reynolds, D. *Introduction to Management in the Hospitality Industry: Tenth Edition*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc, 2012. Print.
- BMK Baso Malang Karapitan. (n.d.). PT Champ Resto Indonesia Tbk. Retrieved from <https://www.champ-group.com/bmk-baso-malang-karapitan/>
- Caesar, M. R. (2023). Pengaruh kepuasan konsumen atas kualitas pelayanan terhadap niat beli ulang pada Mie Gacoan Pasirkaliki.
- Deny, S. (2024). *UMKM Bakal Tembus 83,3 Juta Pelaku di 2024*. Retrieved from <https://www.liputan6.com/bisnis/read/5502640/umkm-bakal-tembus-833-juta-pelaku-di-2024>
- detikTravel. (2023). *Bukan Bali, Ternyata Kota Liburan Favorit Orang RI adalah....* Retrieved from <https://travel.detik.com/travel-news/d-6853958/bukan-bali-ternyata-kota-liburan-favorit-orang-ri-adalah>
- Kanagawa, P. H. H. (2023). Pengaruh persepsi konsumen atas tangible, assurance, dan responsiveness terhadap niat beli ulang di Gajuakopi Tamansari.

- Khansa, N. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Kopi Duro.
- Kotler, P., Armstrong, G. *Principles of Marketing: 17th Edition*. England: Pearson Education Limited, 2018.
- Kotler, P., Keller, K. L. *Marketing Management: 15th Edition*. England: Pearson Education Limited, 2016.
- Kunjana, L. G. (2019). *Wajah Baru BMK Lebih Kekinian dengan Bakso Mie Kopi*. Retrieved from <https://www.beritasatu.com/news/551294/wajah-baru-bmk-lebih-kekinian-dengan-bakso-mie-kopi>
- Montana, C. I. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap niat beli ulang pada Café Terazzo Kitchen and Coffee.
- Mustajab, R. (2023). *Sederet Kota Favorit Masyarakat saat Libur Akhir Tahun 2023*. Retrieved from <https://dataindonesia.id/varia/detail/sederet-kota-favorit-masyarakat-saat-libur-akhir-tahun-2023>
- Nadhifah, A. (2022). Pengaruh persepsi konsumen atas store atmosphere dan food quality terhadap niat beli ulang Raul Coffee.
- Niar, A., Sudarnice, Kasmawati. (2023). The influence of service quality and price on consumer satisfaction at Top Swalayan Kolaka. *MAMEN: Jurnal Manajemen*, 2 (1). 35-43.
- Nurjannah, Shoyfi, A. (2021). Pengukuran kualitas pelayanan Blenger Burger. *Jurnal SEOI*, 3 (2), 57-65.
- Potter, N. N., Hotchkiss, J. H. *Food Science: Fifth Edition*. New York City: Springer Science & Business Media, 2012. Print.
- Repi, M. E. P. (2023). Pengaruh persepsi konsumen atas harga kualitas makanan dan kualitas pelayanan terhadap niat beli ulang konsumen di Sate Taichan Goreng Tamansari Bandung.
- Rinaldi, R. (2024). Pengaruh persepsi kenyamanan dan harga terhadap minat pembelian ulang pada marketplace Shoppe di Bandar Lampung.
- Sari, C. P. (2023). Peran kualitas layanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada PT Lancar Berkah Berlimpah Jawa Timur.

- Sekaran, U., Bougie, R. *Metode Penelitian untuk Bisnis: Edisi 6 Buku 1*. Jakarta: Salemba Empat, 2017. Print.
- Sekaran, U., Bougie, R. *Metode Penelitian untuk Bisnis: Edisi 6 Buku 2*. Jakarta: Salemba Empat, 2017. Print.
- Supratman, E. A. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Like Earth Coffee Sukabumi.
- Taufani, M. R. I. (2024). *10 Usaha Paling Moncer di 2023, Ada Makanan dan Minuman*. Retrieved from <https://www.cnbcindonesia.com/research/20240205124251-128-511931/10-usaha-paling-moncer-di-2023-ada-makanan-dan-minuman>
- Thaamil, A. R. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas makanan di Warunk Upnormal Pasirkaliki terhadap niat beli ulang konsumen.
- Tenti, H. (2019). Pengaruh service quality dan customer satisfaction dan word of mouth Apotek Kimia Farma Yogyakarta.
- Wibowo, G. A. (2023). *Bukan untuk Belanja, Mayoritas Orang Datang ke Mal untuk Jajan*. Retrieved from <https://bisnis.solopos.com/bukan-untuk-belanja-mayoritas-orang-datang-ke-mal-untuk-jajan-1664056>
- Widjaja, B. (2022). Pengaruh terhadap konsumen atas kualitas makanan dan harga terhadap niat beli ulang konsumen di Restoran Glosis.