

BAB VI

Kesimpulan dan Saran

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan kepada responden (pelanggan) *Please Please Please Café and Resto* Bandung, diperoleh hasil bahwa pelanggan dari *Please Please Please Café and Resto* Bandung mayoritas adalah wanita dengan rata-rata usia dari 21-25 tahun, dan sebagian besar adalah seorang mahasiswa/i. Mayoritas pelanggan *Please Please Please Café and Resto* memiliki pendapatan per bulan sebesar Rp1.000.000 – Rp2.000.000,- dan mengetahui *Please Please Please Café and Resto* sebagian besar dari lainnya selain dari teman/kerabat, keluarga dan media sosial dengan sebagian besar pelanggan yang mengunjungi *Please Please Please Café and Resto* sebanyak 1 kali dalam satu bulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, *food quality* dan *physical environment* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* di *Please Please Please Café and Resto* Bandung, yang ditunjukkan dari hasil uji statistik F yaitu diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 88,337, dan dilihat dari uji statistik t, maka diperoleh hasil sebagai berikut :

- a. Adanya pengaruh yang signifikan dari *food quality* terhadap *customer satisfaction* di *Please Please Please Café and Resto* Bandung yaitu sebesar 4,458.
- b. Adanya pengaruh yang signifikan dari *physical environment* terhadap *customer satisfaction* di *Please Please Please Café and Resto* Bandung yaitu sebesar 5,616.
- c. *Physical environment* memiliki pengaruh yang paling besar terhadap *customer satisfaction* di *Please Please Please Café and Resto* Bandung yaitu sebesar 5,616 yang lebih besar dari *food quality* yaitu sebesar 4,458.

6.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dipaparkan pada sub bab sebelumnya, diperoleh hasil bahwa *Please Please Please Café and Resto* sudah menyajikan *food quality* dan *physical environment* yang baik dalam upaya memenuhi *customer satisfaction* tetapi, alangkah baiknya jika *Please Please Please Café and Resto* semakin berupaya dalam memenuhi *customer satisfaction* agar penjualan dapat kembali meningkat dan tidak kalah dengan pesaing-pesaing lain di industri kuliner kota Bandung. Dengan hal tersebut, peneliti memberikan saran untuk mengadakan penawaran khusus untuk meningkatkan *food quality* di *Please Please Please Café and Resto* dengan cara memberikan promo dengan inovasi menu yang baru dan

berbeda, promo hanya diperoleh dalam bulan-bulan yang telah ditentukan oleh *Please Please Café and Resto Bandung*. Penawaran khusus yang dimaksudkan adalah sebagai berikut :

- Contoh pada bulan Januari, *Please Please Please Café and Resto Bandung* membuat inovasi menu baru yang hanya dapat dinikmati sepanjang bulan Januari saja karena, pada bulan berikutnya yaitu bulan Februari, *Please Please Please Café and Resto Bandung* telah menyiapkan inovasi menu baru yang hanya dapat dinikmati pada bulan Februari sendiri. Begitupun dengan bulan-bulan yang akan datang berikutnya.

Inovasi menu baru dapat dibuat semenarik mungkin agar pelanggan semakin tertarik untuk berkunjung dan mencicipi. Setiap bulannya dapat ditentukan menu apakah yang akan diinovasikan agar pelanggan tertarik sebagai berikut :

- Pada bulan Januari, *Please Please Please Café and Resto* menawarkan inovasi menu *dessert* yaitu berupa *layer cake* berwarna merah muda sesuai dengan dominasi warna dari *Please Please Please Café and Resto*. Kemudian pada bulan Februari, *Please Please Please Café and Resto* menawarkan inovasi menu minuman yaitu berupa *cotton candy milkshake* yang memberikan cita rasa baru dan unik untuk menarik para pelanggan. Begitupun dengan inovasi menu pada bulan-bulan berikutnya.

Dengan demikian, pengunjung akan tertarik untuk mencoba beragam inovasi-inovasi menu baru yang telah disediakan oleh *Please Please Please Café and Resto* Bandung setiap bulannya, dan pengunjung merasa tidak bosan dengan menu yang disajikan oleh *Please Please Please Café and Resto* Bandung. Penawaran khusus tersebut secara tidak langsung akan mempengaruhi *customer satisfaction* saat berkunjung ke *Please Please Please Café and Resto* Bandung.

Daftar Pustaka

- Canny, I. U. (2013, November 27). The Role of Food Quality, Service Quality, and Physical Environment on Customer Satisfaction and Future Behavioral Intentions In Casual Dining Restaurant. *Konferensi Nasional Riset Manajemen VII*, 1-10.
- Chen, A., Peng, N., & Hung, K.-p. (2015). The Effects of Luxury Restaurant Environments on Diner's Emotions and Loyalty. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 27(2), 236-260.
- Daikh, J. (2015, May 7). A Research Proposal: The Relationship between Customer Satisfaction and Consumer Loyalty. 2-11.
- Ghimire, A. J. (2012, May). Service Quality and Customer Satisfaction in The Restaurant Business. 1-50.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*.
- Githiri, M. N. (2017). Influence of Physical Environment on Customer Satisfaction and Return Intention in Kenyan Rated Restaurant. *Asian Journal of Social Sciences Studies*, 2(1), 11-19.
- Hanaysha, J. (2016). Testing The Effects of Food Quality, Price Fairness, and Physical Environment on Customer Satisfaction in Fast Food Restaurant Industry. *Asian Economic and Social Society*, 6(2), 31-40.
- Kim, W. G., Ryu, K., & Lee, H.-R. (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*, 24(2), 200-223.
- Kota Bandung Dalam Angka 2015*. (2015). Badan Pusat Statistik Kota Bandung.
- Liu, C.-H., Chou, S.-F., Gan, B., & Tu, J.-H. (2016). How "Quality" determines Customer Satisfaction.

- Mohaydin, G., Chand, A., Aziz, B., Bashir, M., & Irfan, J. (2017, January). Effect of Food Quality on Customer Perceived Satisfaction Level and Mediating Effect of Food Safety on Them. *International Journal of New Technology Research*, 3(1), 34-41.
- Petzer, D., & Mackay, N. (2014). Dining Atmospherics and Food and Service Quality As Predictors of Customer Satisfaction at Sit-down Restaurants. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 3 (2), 1-14.
- Ramseook-Munhurrin, P. (2012). Perceived Service Quality in Restaurant Services: Evidence From Mauritius. *International Journal of Management and Marketing Research*, 5(3), 1-14.
- Rozekhi, N. A., Hussin, S., Siddique, A. S., Rashid, P. D., & Salmi, N. S. (2016). The Influence of Food Quality on Customer Satisfaction in Fine Dining Restaurant. *International Academic Research Journal of Business and Technology*, 45-50.
- Ryu, K., & Han, H. (2011). Now or Repeat Customers: How Does Physical Environment Influence Their Restaurant Experience? *International Journal Hospitality Management*.
- Sabir, R. I., Ghafoor, O., Hafeez, I., Akhtar, N., & Rehman, A. U. (2014, June). Factors Affecting Customer Satisfaction in Restaurant Industry in Pakistan. *International Review Management and Business Research*, 3(2), 869-876.
- Shariff, S. N., Omar, M. B., Binti, S. N., Sulong, Majid, H. A., Ibrahim, H. B., . . . Ideris, M. S. (2015). The Influence of Service Quality and Food Quality Towards Customer Fulfillment and Revisit Intention. *Canadian Social Science*, 11(8), 110-116.
- Silalahi, U. (2006). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Unpar Press.
- Sugiyono. (2007). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: CV Alfabeta Bandung.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis*.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2009). *Research Methods for Business* (Fifth Ed).

Walter, U., & Edvarsson, B. (2012). The Physical Environment as a Driver of Customer's Services Experiences at Restaurant. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 4(2), 104-119.

Sumber Internet

Badan Pusat Statistik. (2017). Retrieved from <https://www.bps.go.id/>

Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. (2017). Retrieved from <http://www.kemenprin.go.id/>