

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan temuan penelitian mengenai pengaruh kualitas makanan terhadap kepuasan konsumen di OTW Sushi Bandung yang terdiri dari 53 wanita dan 47 pria dan mayoritas responden berusia 17-26 tahun, maka hasil tersebut dapat disimpulkan sebagai berikut:

- ◆ Nilai koefisien determinasi sebesar 0.581. Artinya, persepsi konsumen mengenai kualitas makanan menimbulkan daya tarik sebesar 58.10% terhadap kepuasan konsumen OTW Sushi Bandung. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan di dalam penelitian ini sebesar 31.90%.
- ◆ Didapatkan nilai regresi linear sederhana dengan persamaan $Y=0,948+0,797x$ yang diartikan nilai kepuasan konsumen memiliki konstanta sebesar 0.948, dimana jika variabel lain adalah konstan atau nol, maka nilai kepuasan konsumen memiliki skor sebesar 0.948. Nilai koefisien untuk variabel kualitas makanan sebesar 0.797, yang berarti jika terjadi penambahan skor sebesar 1 (satu) untuk variabel kualitas makanan, maka akan meningkatkan skor kepuasan konsumen sebesar 0.797.
- ◆ Jawaban responden untuk variabel kualitas makanan berada dalam rentang “baik” dan “sangat baik”. Dengan demikian, responden telah menilai

kualitas makanan yang diberikan oleh OTW Sushi dengan penilaian yang positif.

6.2 Saran

1. Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

- ◆ Peneliti disarankan untuk lebih mendalami secara spesifik faktor-faktor lain yang mempengaruhi kepuasan para konsumennya selain dari faktor kualitas makanan seperti kualitas produk, kualitas pelayanan sehingga dapat memperluas pengetahuan.
- ◆ Peneliti disarankan untuk melakukan penelitian dengan objek yang berbeda selain yang sudah diteliti dan memperluas cakupannya tidak hanya penelitian terhadap warung sushi saja akan tetapi dapat memperluas penelitian ke restoran-restoran sushi yang lebih besar maupun restoran lainnya.

2. Saran Bagi Perusahaan

- ◆ Peneliti menyarankan kepada pihak OTW Sushi untuk dapat mempertahankan serta meningkatkan kualitas makanan di OTW Sushi yang sudah cenderung baik bahkan sangat baik, yaitu dengan memberikan motivasi kepada para tenaga kerjanya untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas makanan yang diproduksi di OTW Sushi.
- ◆ Peneliti menyarankan kepada pihak OTW Sushi untuk melakukan survai secara langsung kepada para konsumennya yaitu dengan memberikan angket penilaian dan kritik serta saran terhadap produk makanan yang

disediakan oleh OTW Sushi, dengan begitu OTW Sushi dapat mendapatkan masukan-masukan secara langsung dari persepsi para konsumennya mengenai faktor-faktor yang sudah sangat baik sampai dengan faktor yang kurang baik yang masih harus terus ditingkatkan dan diperbaiki.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T. d. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Canny, I. U. (2014, February). Measuring the Mediating Role of Dining Experience Attributes on Customer Satisfaction and Its Impact on Behavioral Intentions of Casual Dining Restaurant in Jakarta. *International Journal of Innovation, Management, Technology*, 5(1), 25-29.
- dehotman, F. (2017, Agustus 24). *Inilah 7 Manfaat Menyantap Sushi untuk Kesehatan Tubuh*. Retrieved Maret 17, 2019, from Tribun Jabar: <http://jabar.tribunnews.com/2017/08/24/inilah-7-manfaat-menyantap-sushi-untuk-kesehatan-tubuh?page=3>
- Ghozali, I. (2011). *"Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS"*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, P., & Keller, L. (2012). *Marketing Management -14/E*. Harlow: Pearson Education.
- Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L. C., & Piercy, N. (2013). *Principles of Marketing* (Sixth European edition ed.). Harlow, Essex, England: Pearson.
- Lemeshow, S., Hosmer Jr., D. W., Klar, J., & Lwanga, S. K. (1990). *Adequacy of Sample Size in Health Studies*. New York: John Wiley & Sons Limited.
- Nilawati, P. P. (2018, Juni 18). *Okoh Sushi Kembali Hadir dengan Suasana Otentik Khas Negeri Sakura*. Retrieved Maret 17, 2019, from Tribun Jabar: <http://jabar.tribunnews.com/2018/06/18/okoh-sushi-kembali-hadir-dengan-suasana-otentik-khas-negeri-sakura>
- Potter, N. N. (2012). *Food Science* (5th edition ed.). New York: Chapman and Hall.
- Pram, & Amelia. (n.d.). *REKOMENDASI 20 SUSHI MURAH DI BANDUNG*. Retrieved Maret 17, 2019, from Footnote Stories: <https://foodnotestories.com/2018/09/02/rekomendasi-20-sushi-murah-di-bandung/>
- Qin, H., Zhao, Q., & Prybutok, V. R. (2010, April). Perceived service quality in fast-food restaurants: Empirical evidence from China. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 27(4), 424-437.

- Ratnasari, R. T., & Aksa, M. H. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Rona. (2018, Oktober 24). *Kaya Rasa Makanan Khas Jepang*. Retrieved Maret 17, 2019, from Koran Jakarta: <http://www.koran-jakarta.com/kaya-rasa-makanan-khas-jepang/>
- Ryu, K. H. (2012). The Influence of The Quality of The Physical Environment, Food, and Service on Restaurant Image, Customer Satisfaction, and Behavioral Intentions. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 24(2), 200-223.
- Santoso, S. (2012). *Panduan Lengkap SPSS Versi 20*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sarwono, J. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie. (2013). *Research Methods for Business Edisi 4, Buku 2*. Jakarta: Wiley.
- Subagyo, A. (2010). *Marketing In Business : Studi Kasus UMK & LKM*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Sugianto, J., & Sugiharto, S. (2013). Analisa Pengaruh Service Quality, Fodd Quality, dan Price terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Yung Ho Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1(2), 1-10.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA, cv.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2011). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Wijaya, W. (2017). Analisa Pengaruh Kualitas Makanan terhadap Kepuasan Konsumen di Yoshinoya Galaxy Mall Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 5(2), 581-594.
- Winarjo, H., & Japarianto, E. (2017). Pengaruh Food Quality dan Atmosphere terhadap Customer Loyalty dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Café Intro di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*.
- Zeithaml, V. A. (2009). *Services Marketing: Integrating Customer Focus across the Firm*.