

## BAB V

### KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

#### 1.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terhadap konsumen di Abuba Steak mengenai kualitas produk, kualitas pelayanan dan suasana terhadap *customer behavioral intentions* maka dapat di tarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas produk yang terdiri dari empat indikator yaitu rasa, penampilan, temperature dan variasi menu berada pada kategori tinggi. Dari hasil rekapitulasi data yang diperoleh dapat diketahui bahwa skor tertinggi pada sub variabel kualitas produk adalah rasa. Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas konsumen abuba steak tertarik dengan rasa yang di sajikan oleh abuba steak. Kualitas pelayanan yang terdiri dari lima indikator yaitu *tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy* berada pada kategori tinggi. Dari hasil rekapitulasi data yang diperoleh di ketahui bahwa skor tertinggi pada sub variabel kualitas pelayanan adalah *reliability*. Hal tersebut dapat dikarenakan mayoritas responden konsumen abuba steak tertarik dengan kehandalan dalam pelayanan di restoran abuba steak. Suasana yang terdiri dari empat indikator yaitu *atmosphere, desain interior, lighting dan layout* berada pada kategori tinggi. Hasil rekapitulasi data yang diperoleh diketahui bahwa skor tertinggi pada subvariabel suasana adalah *atmposhere*. Hal tersebut dapat dikarenakan mayoritas

responden konsumen abuba steak tertarik dengan *atmosphere* di restoran abuba steak.

2. *Customer behavioral intentions* yang terdiri dari dua indikator yaitu *return intention* dan *word-of-mouth* berada pada kategori tinggi. Hasil rekapitulasi yang di peroleh di ketahui bahwa skor tertinggi pada variabel ini adalah *return intention* . Hal tersebut dapat dikarenakan mayoritas responden konsumen abuba steak lebih suka melakukan pembelian ulang jika menyukai seluruh aspek kualitas atribut restoran.
3. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas atribut restoran terhadap *customer behavioral intentions*. Sehingga dapat diketahui *customer behavioral intentions* dipengaruhi oleh kualitas atribut restoran yang terdiri dari kualitas produk, kualitas pelayanan dan suasana.

### 1.2 Implikasi

Berdasarkan temuan-temuan dalam penelitian ini, menunjukkan bahwa pengaruh kualitas atribut restoran terhadap *customer behavioral intentions* berada dalam kategori tinggi, hal ini berimplikasi agar abuba steak perlu meningkatkan kualitas atribut restoran, dengan demikian Abuba Steak dapat bersaing dan mendapatkan banyak keuntungan dalam jangka panjang.

### 1.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas atribut restoran terhadap *customer behavioral intentions*. Maka peneliti mengajukan beberapa saran yang dapat dijadikan solusi dari berbagai permasalahan sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan bagi Abuba Steak maupun penelitian selanjutnya dalam mengambil kebijakan yang akan di ambilnya.

1. Pada kualitas produk indikator *temperature* adalah indikator terendah. Karenanya di harapkan abuba steak dapat memperhatikan lebih untuk *temperature* makanan saat disajikan kepada konsumen. Apakah saat penyajian sudah tepat *temperature*nya untuk langsung di santap atau tidak Pada kualitas pelayanan indikator *tangible* adala indikator terendah. Karenanya diharapkan abuba steak dapat memperhatikan bentuk pelayanan nyata untuk konsumennya seperti lebih membuat abuba steak menjadi restoran yang bersih, memperluas ketersediaan lahan parkir dan memperbanyak ketersediaan tempat duduk di abuba steak. Pada suasana indicator terendah adalah *lighting*, karenanya diharapkan abuba steak dapat memperhatikan ketepatan cahaya di restoran agar kenyamanan konsumen saat menyantap makanan terpenuhi.
2. Pada *customer behavioural intentions* indikator terendah adalah *word-of-mouth*, itu berarti konsumen di abuba steak kurang berinisiatif untuk mempromosikan abuba steak terhadap lingkungannya, ini bisa disiasati contohnya dengan cara memberikan pelayanan terbaik dan kualitas produk terbaik kepada konsumen sehingga konsumen akan merasa puas dan merekomendasikan abuba steak kepada lingkungannya.
3. Peneliti juga mengajukan saran yang dapat dilakukan dalam penelitian selanjutnya, hendaknya dapat dilakukan penelitian mengenai faktor-faktor lain yang mempengaruhi *customer behavioral intentions* yang tidak diteliti pada penelitian ini agar memperoleh gambaran yang lebih jelas dan komprehensif. Seperti contoh Harga dan Promosi.

