

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang faktor–faktor yang mempengaruhi permintaan catering kepengurusan DPC APJI Kota Bandung yang sudah berbadan usaha pada segmentasi catering acara/harian, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Harga catering yang dibeli responden bervariasi, dan harga tersebut umumnya masih cukup terjangkau dengan kemampuan responden. Pendapatan yang diperoleh responden juga bervariasi. Selera responden berada pada kategori tinggi, artinya keragaman bentuk kebutuhan akan jasa catering lebih unggul, kesesuaian kebutuhan, makanan berkualitas, lebih efektif dan efisien dalam jasa penyedia makanan, daya tarik catering dengan kemasan, cara penyajian, varian menu makanan yang sangat menarik, cita rasa yang sangat baik dengan bahan makanan berkualitas, kehygienisan dalam proses produksinya, makanan bermutu, cita rasa makanan yang sangat enak, lezat dan menggugah selera, menu makanan yang selalu *up to date*, *prestisius*, dan kebanggaan mengkonsumsi catering. Permintaan responden dalam mengkonsumsi catering beraneka ragam secara kuantitas.
2. Harga tidak berpengaruh terhadap permintaan catering, karena catering termasuk barang yang dibutuhkan responden dalam memenuhi kebutuhannya, sehingga harga tidak menjadi faktor penentu responden dalam membeli catering.
3. Pendapatan berpengaruh positif terhadap permintaan catering. Artinya jika pendapatan naik maka permintaan catering akan mengalami peningkatan. Perubahan pendapatan akan menimbulkan perubahan jumlah yang diminta, tetapi dalam hal lain perubahan permintaan lebih besar dari pada perubahan itu sendiri.

4. Selera berpengaruh positif terhadap permintaan catering. Artinya jika selera responden dengan kriteria tinggi mengalami peningkatan maka permintaan catering akan mengalami peningkatan.

5.2 Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian terdapat beberapa implikasi yang perlu mendapat perhatian yaitu implikasi teoritis dan implikasi praktis dengan uraian sebagai berikut:

1. Implikasi Teoritis

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa pendapatan dan selera berpengaruh positif terhadap permintaan. Variabel selera memiliki kontribusi lebih besar terhadap permintaan jika dibandingkan variabel pendapatan. Dengan demikian teori permintaan dari berbagai ahli masih relevan dan dapat digunakan untuk mengestimasi besarnya pengaruh harga, pendapatan dan selera terhadap permintaan.

2. Implikasi Praktis

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa pendapatan dan selera berpengaruh positif terhadap permintaan. Kontribusi pendapatan dapat memberi implikasi kepada konsumen catering pada 8 perusahaan catering kepengurusan APJI Kota Bandung yang sudah berbadan usaha dalam segmentasi catering acara/harian untuk lebih bijak dalam mengalokasikan pendapatannya terutama dalam membeli catering. Kontribusi harga dan selera membawa implikasi terhadap pelaku industri catering bahwa mereka harus dapat terus berinovasi menciptakan perusahaan catering sesuai dengan permintaan catering di masyarakat.

5.3 Rekomendasi

Rekomendasi dalam penelitian ini disusun berdasarkan kesimpulan hasil penelitian yang telah dikemukakan bahwa pendapatan dan selera berpengaruh terhadap permintaan catering pada 8 perusahaan catering kepengurusan APJI Kota Bandung yang sudah berbadan usaha dalam segmentasi catering acara/harian. Berkaitan dengan itu penulis mengajukan rekomendasi sebagai berikut:

1. Bagi pelaku industri katering, seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa harga tidak mempengaruhi permintaan katering pada segmentasi acara/harian. Hal tersebut dapat dimanfaatkan produsen untuk meningkatkan kualitas katering, karena responden lebih menyukai katering dari daya tarik katering serta cita rasa makanan yang enak, lezat dan menggugah selera walaupun harganya mahal. Pelaku industri katering dapat melakukan survei pasar untuk mengetahui cita rasa makanan yang diinginkan konsumen.
2. Bagi konsumen katering, diharapkan lebih bijak dalam membeli katering agar tidak menjadi konsumen yang konsumtif karena jika mereka konsumtif berapapun besarnya pendapatan yang mereka peroleh mereka tidak akan puas dan tidak dapat memenuhi kebutuhan mereka khususnya dalam membeli katering. Memakai jasa katering sesuai dengan kebutuhan. Buatlah skala prioritas sebelum membeli katering dalam jumlah atau skala yang banyak agar membeli katering bukan karena keinginan melainkan untuk kebutuhan.
3. Selera memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap keinginan konsumen untuk membeli katering. Dalam melakukan pembelian katering, pilihan akhir konsumen sangat tergantung pada selera, oleh karena itu para pelaku industri katering harus dapat terus berinovasi dan meningkatkan kualitas katering yang sesuai dengan selera konsumen, agar dapat meningkatkan keuntungan. Selain itu pelaku industry katering harus selalu mengetahui selera yang diinginkan konsumen dalam membeli katering dengan cara melakukan survei pasar secara berkesinambungan.
4. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk mencari faktor lain yang dapat mempengaruhi permintaan katering, agar lebih melengkapi dan memperbaiki kekurangan penelitian ini serta memfokuskan penelitian pada satu segmentasi katering dari beberapa segmentasi yang ada.
5. Bagi pemerintah diharapkan dapat mendukung dan memberi bantuan kepada para pelaku industri katering terutama dalam pelatihan, agar Kota Bandung semakin dikenal dengan sebutan kota segudang kulinernya.