BAB V
KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan peneliti mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi milenial terhadap minat berkunjung ke Restoran Sunda di Kota Bandung maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kota Bandung memiliki presentase penduduk milenial sebesar 27,99 persen pada rentang kelompok usia 20-34 tahun dengan total 699,395 ribu jiwa. Di dominasi oleh penduduk rentan usia 20-24 tahun yaitu sekitar 10,36 persen. Setelah menganalisis kuesioner yang dibagikan kepada 270 responden, kemudian dapat disimpulkan bahwa mayoritas penduduk usia 20-24 tahun berprofesi sebagai pelajar atau mahasiswa dengan mayoritas pendapatan < Rp. 2.500.000, serta menghabiskan waktu lebih dari 1 jam saat berada di Restoran Sunda.
2. Berdasarkan analisis kuesioner yang dibagikan pada responden, disimpukan ada 32 faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi milenial terhadap minat berkunjung ke Restoran Sunda di Kota Bandung. Faktor-faktor tersebut adalah makna terikat, metode persiapan dan pengolahan, konten makanan, ketersediaan makanan, atribut sensorik, harga, nilai dan kualitas, minat, intensi atau niat, kepuasan, penyegaran, efikasi diri, sosial ekonomi, keyakinan agama, status demografi, latar belakang budaya, efek paparan, musim, pertemuan layanan, servicescape, pengaruh kontekstual, keakraban dengan masa lalu, kesenangan, neophobia makanan, menderita, menyesal, bosan, menciptakan dan menjaga hubungan relasi, rasa saling memiliki, kewajiban, simbolik, mencari makanan yang memiliki keakraban rasa dan selera dan pencarian variasi
3. Terbentuk delapan faktor baru yang menjadi faktor paling optimal dari faktor perilaku konsumsi milenial terhadap minat berkunjung ke Restoran Sunda di Kota Bandung. Kedelapan faktor memiliki nilai *eigenvalues* yang bervariasi, semakin besar nilai *eigenvalues* maka besar pula pengaruh yang diberikan, faktor pertama

Nur Faijatun Nikmah, 2019
ANALISIS FAKTOR PERILAKU KONSUMSI MILENIAL TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KE RESTORAN SUNDA DI KOTA BANDUNG
Universitas Pendidikan Indonesia | respository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

dan paling dominan dengan nilai *eigenvalues* 10.628 adalah faktor karakteristik makanan, faktor ke dua yaitu faktor pengaruh dunia luar dengan nilai *eigenvalues* 3.285, faktor ke tiga yaitu faktor perasaan positif (*positive feelings*) dengan nilai *eigenvalues* 2.175, faktor ke empat faktor lingkungan di destinasi tujuan dengan nilai *eigenvalues* 1.549, faktor ke lima yaitu faktor mengelola rasa bosan, menyesal dan menderita memilki nilai *eigenvalues* 1.447, faktor ke enam yaitu faktor pemenuhan kebutuhan fisik dan psikologis dengan nilai *eigenvalues* 1.230, faktor ke tujuh yaitu faktor menjalin relasi dengan nilai *eigenvalues* 1.180, faktor ke delapan yaitu faktor mencari pengalaman unik fan otentik dengan nilai *eigenvalues* 1.048.

5.2. Saran

Berdasarkan dari hasil kesimpulan penelitian mengenai Analisis Faktor Perilaku Konsumsi Milenial terhadap Minat Berkunjung ke Restoran Sunda di Kota Bandung, peneliti mengajukan beberapa saran yang dapat dijadkan bahan pertimbangan, yaitu sebagai berikut:

Pengelola Restoran Sunda di Kota Bandung diharapkan dapat mempertahankan menu yang telah tersedia, serta mengembangkan potensi-potensi secara maksimal dan selalu berinovasi tanpa meninggalkan nuansa Sunda seperti pada arsitektur yang bertemakan kayu, bambu, saung-saung, dan ornamen tradisional seperti angklung atau alat musik khas Sunda lainnya. Adapun saran yang direkomendasikan peneliti dapat menjadi bahan pertimbangan seperti menjaga rasa, kualitas, penentuan harga dan kebersihan makanan serta lingkungan, kemudian membuat *atmosphere* yang dekat dengan budaya sunda seperti memainkan lagu-lagu sunda

Pengelola Restoran Sunda di Kota Bandung diharapkan dapat lebih menggencarkan promosi baik melalui media social seperti *Instagram*, melalui media masa seperti koran, radio dan televisi, ataupun bekerja sama dengan *content creator* seperti di *Youtube*, laman *blog* atau website kuliner.

Untuk peneliti lain yang tertarik melakukan penelitian lanjutan dari penelitian ini, diharapkan dapat mengeksplor faktor-faktor yang belum tergali dengan pemahaman yang lebih menyeluruh dan lebih baik dari penelitian ini.