

## BAB V

### KESIMPULAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan analisis deskriptif dan verifikatif dengan menggunakan analisis regresi linear berganda antara *dining experience* yang terdiri dari *food quality*, *service quality*, *quality of environment* dan *price fairness* serta dampaknya terhadap *revisit intention* di Mujigae Resto outlet Bandung maka peneliti memaparkan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara umum tanggapan responden mengenai pelaksanaan *dining experience* di Mujigae Resto outlet Bandung yang terdiri dari 4 dimensi yaitu *food quality*, *service quality*, *quality of environment* dan *price fairness* berada di kategori tinggi. Artinya penerapan *dining experience* dianggap sudah baik dan sesuai dengan harapan dari responden. Dimensi *service quality* mendapatkan penilaian tertinggi. Dalam konteks industri restoran, *service quality* dipandang sebagai salah satu penentu inti kepuasan dan niat perilaku karena, saat ini konsumen tidak hanya mengevaluasi *food quality* tetapi mereka juga mempertimbangkan *service quality* yang mereka temui selama pengalaman makan mereka. Sedangkan untuk tanggapan terendah terdapat pada dimensi *price fairness*, karena bagi responden kesesuaian harga makanan dan minuman belum cukup sesuai dan responden memperhatikan hal tersebut.
2. Tanggapan responden mengenai *revisit intention* yang terdiri dari *likelihood to visit again*, *likelihood to recommend* dan *likelihood to be the first choice* berada pada kategori tinggi. Artinya penerapan *dining experience* dianggap sudah baik dan sesuai dengan harapan dari responden. Penilaian tertinggi ada pada indikator dari *likelihood to visit again* dikarenakan pengalaman menyenangkan yang didapatkan responden saat bersantap membuat konsumen ingin mengulang lagi pengalaman yang sudah dialaminya saat berada di Mujigae Resto outlet Bandung. Tanggapan konsumen yang memiliki nilai terendah ada pada indikator *likelihood to be the first choice*, hal ini dikarenakan masih

banyak restoran bertema lain yang dapat dikunjungi yang menjadi pilihan mereka di waktu yang akan datang. *Revisit intention* di Mujigae Resto outlet Bandung terbukti sudah dinilai baik walaupun masih perlu adanya beberapa peningkatan.

3. Berdasarkan hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa *dining experience* yang terdiri dari *food quality*, *service quality*, *quality of environment* dan *price fairness* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *revisit intention* di Mujigae Resto outlet Bandung.

## 5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dari temuan yang telah dihasilkan, penulis menyarankan kepada pihak manajemen Mujigae Resto outlet Bandung sebaiknya lebih memperhatikan rasa minuman, agar konsumen merasa puas atas minuman yang disajikan kepadanya dan lebih memperhatikan kesesuaian harga minuman dengan minuman yang disajikan salahsatunya yaitu dengan memperbesar takaran minuman atau dengan menurunkan harga minuman. Hal tersebut diharapkan agar minuman yang disajikan dirasa layak dengan harga yang ditawarkan dan konsumen merasa diperlakukan secara adil, selain itu pihak manajemen Mujigae Resto outlet Bandung dapat menambah karyawan agar saat resto sedang ramai, kebutuhan konsumen tetap terlayani dengan cepat dikarenakan karyawan yang banyak dan cukup disaat resto sedang ramai.

Selanjutnya rekomendasi dari peneliti yaitu, pihak Mujigae Resto outlet Bandung harus memperhatikan persaingan restoran yang ada di Bandung, karena berdatangan beberapa *competitor* atau restoran bertema serupa maupun tema lainnya yang lebih menarik dimasa yang akan datang. Selain itu untuk meningkatkan *revisit intention* di Mujigae Resto outlet Bandung melalui pelaksanaan *dining experience*, manajemen Mujigae Resto outlet Bandung diharapkan dapat mengendalikan dan mengembangkan *dining experience* sebagai suatu strategi pemasaran. Rekomendasi tersebut diharapkan mampu meningkatkan penilaian terhadap *likelihood to be the first choice* konsumen di Mujigae Resto outlet Bandung, sehingga dapat memperbaiki penilaian terhadap *revisit intention* konsumen di Mujigae Resto outlet Bandung.

Dalam penelitian ini tentulah masih terdapat banyak kekurangan dan keterbatasan, oleh karena itu untuk penelitian selanjutnya penulis, menyarankan untuk lebih mencari tahu lebih lanjut mengenai pengaruh dan hubungan antara *dining experience* terhadap *revisit intention* ini dengan menggunakan dimensi-dimensi lain, menambah bacaan mengenai teori terbarunya, sehingga penelitian dan pembahasan mengenai kedua variabel ini khususnya dengan objek restoran menjadi lebih baik dan terus berkembang. Selain itu juga perlu dilakukan penelitian lebih lanjut diluar variabel yang diteliti, misalnya *restaurant attribute, electronic word of mouth, social media marketing, dining service quality* dan sebagainya. Begitu juga dengan penelitian ini yang hanya dilakukan pada konsumen Mujigae Resto outlet Bandung. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat melakukan penelitian di Mujigae Resto outlet lainnya yang berada di Jabodetabek agar penelitian selanjutnya dapat terus berkembang.