

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian, dengan menyebarkan 390 angket atau kuesioner kepada konsumen di Nanny's Pavillon *outlet* Riau Bandung, dan dengan perhitungan menggunakan teknik analisis regresi berganda untuk mengetahui pengaruh *restaurant attributes* terhadap kepuasan konsumen di Nanny's Pavillon *outlet* Riau Bandung, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Tanggapan responden di Nanny's Pavillon *outlet* Riau Bandung mengenai *restaurant attributes (perceived)* yang terdiri dari tiga dimensi yaitu *food quality*, *service quality*, dan *atmosphere* berada pada kategori tinggi. Artinya penerapan *restaurant attributes* dianggap sudah baik dan sesuai dengan harapan dari konsumen. Dimensi *food quality* mendapatkan penilaian tertinggi, hal ini dikarenakan konsumen merasa bahwa variasi menu makanan dan minuman yang disajikan sangat menarik dan kelengkapan menu yang disajikan pun sesuai. Sedangkan sub variabel yang memiliki penilaian terendah adalah *atmosphere*, diperkirakan mendapat skor paling rendah karena konsumen berpendapat kebersihan keseluruhan restoran, kesesuaian pengaturan layout dan exterior Nanny's Pavillon *outlet* Riau Bandung masih belum cukup memenuhi ekspektasi konsumen. *Restaurant Attributes* yang diaplikasikan di Nanny's Pavillon *outlet* Riau Bandung terbukti dapat memberikan pengalaman baru bagi konsumen mendapatkan kepuasan.
2. Tanggapan responden mengenai kepuasan konsumen di Nanny's Pavillon *outlet* Riau Bandung dari perhitungan *Customer Satisfaction Index* diperoleh hasil puas. Artinya penerapan kepuasan konsumen dianggap sudah baik dan sesuai dengan harapan dari konsumen. Dimensi yang mendapat penilaian tertinggi dari konsumen yaitu mengenai tingkat kepuasan yang mereka rasakan terhadap *food quality*. Penilaian terendah diberikan kepada indikator tingkat kepuasan terhadap. Kepuasan pelanggan di Nanny's Pavillon *outlet* Riau Bandung terbukti sudah dinilai baik walaupun masih perlu beberapa peningkatan.

3. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa secara parsial ada dua sub dimensi yang memiliki pengaruh secara signifikan yaitu sub dimensi *food quality* dan *service quality* sub dimensi yang tidak berpengaruh yaitu *atmosphere*. Hal ini dikarenakan. Namun secara bersama-sama atau simultan, *restaurant attributes* memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dikarenakan walaupun terdapat banyak kekurangan dan lainnya, konsumen tetap merasa setuju, bahwa pelaksanaan kepuasan pelanggan di Nanny's Pavillon *outlet* Riau Bandung tetap memuaskan dan memberikan pengalaman yang berkesan.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil temuan yang telah dihasilkan dari penelitian ini, maka akan merekomendasikan beberapa hal mengenai implementasi dari pengaruh *restaurant attributes* terhadap kepuasan konsumen sebagai berikut:

1. *Restaurant Attributes* merupakan salah satu strategi restoran dalam upaya meningkatkan dan mempertahankan kepuasan konsumen. Pada variable *restaurant attributes* sub variabel *atmosphere* mendapat skor paling rendah, hal ini karena konsumen berpendapat bahwa beberapa furniture berdebu, banyak mainan anak berantakan, berdebu dan kotor, tempat parkir kecil di ruangan non-smoking tidak semua ada AC sehingga ketika restoran penuh terasa panas. Sebaiknya pihak manajemen Nanny's Pavillon *outlet* Riau Bandung lebih memperhatikan kebersihan sehingga tidak ada lagi furniture yang berdebu, menyediakan AC disetiap ruangan non-smoking untuk kenyamanan konsumen karena melihat kondisi suhu Kota Bandung saat ini yang cukup panas, menyediakan lahan parkir yang luas. Selain itu, rekomendasi yang diberikan untuk manajemen Nanny's Pavillon *outlet* Riau Bandung adalah pihak manajemen harus memperhatikan persaingan restoran yang ada di Bandung, karena beberapa *competitor* atau restoran dengan tema serupa maupun tema lainnya yang lebih menarik *design interior* maupun *exterior* yaitu dengan mengubah atau menambah beberapa spot baru sehingga konsumen tidak akan bosan. Citra dan nilai Nanny's Pavillon *outlet* Riau Bandung akan bertambah apabila dapat mewujudkan harapan dan keinginan tersebut. Sebaiknya mulai dipikirkan bagaimana agar restoran ini tetap di kenal dengan baik dan berbeda dari restoran lainnya.

2. Berdasarkan hasil tanggapan konsumen terhadap kepuasan, dimensi *service quality* merupakan dimensi yang mendapatkan nilai tertinggi, oleh karena itu pihak manajemen Nanny's Pavillon *outlet* Riau Bandung diharapkan untuk mempertahankan bahkan mengembangkan kembali kualitas pelayanan agar dapat membuat konsumen agar semakin puas. Pada penelitian ini keberagaman keefektifan pelayanan dan kepedulian karyawan mendapatkan nilai terendah dari indikator *service quality*, maka dari itu pihak manajemen restoran agar konsumen semakin merasa terlayani dengan baik pada saat melakukan pembelian di restoran maka pihak manajemen bisa membuat pelatihan kepada pegawai, membuat SOP dengan jelas agar bisa dilaksanakan oleh pegawai, dan membuat kegiatan untuk pegawai agar efektif dan membuat mereka semakin mampu dan peduli dalam melayani konsumen. Tidak hanya itu manajemen Nanny's Pavillon *outlet* Riau Bandung harus meningkatkan kualitas makanan dengan memperhatikan cita rasa, keberagaman dan kesegaran makanan agar konsumen semakin puas dan melakukan pembelian ulang di kemudian hari.
3. Dalam penelitian ini tentulah masih terdapat banyak kekurangan dan keterbatasan, oleh karena itu untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk lebih mencari tahu lebih lanjut mengenai pengaruh dan hubungan antara *restaurant attributes* terhadap kepuasan konsumen ini dengan menggunakan dimensi-dimensi lain, menambah bacaan mengenai teori terbarunya, juga mengambil metode pendekatan yang berbeda sehingga penelitian dan pembahasan mengenai kedua variabel ini khususnya dengan objek restoran dan bidang pariwisata lainnya menjadi lebih baik dan terus berkembang.