

BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan analisa deskriptif dan verifikatif serta teknik analisis regresi berganda, antara *restaurant attributes* terhadap kepuasan konsumen pada restoran sunda di Kabupaten Bandung Barat, maka dari penelitian tersebut dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Tanggapan responden pada restoran sunda di Kabupaten Bandung Barat yang diwakili restoran Kampung Daun, D'Seuhah Da Lada dan Sapulidi mengenai *Restaurant Attributes* yang terdiri dari empat dimensi yaitu *service attributes*, *food attributes*, *physical environment attributes* dan *innovative and convenience* berada pada kategori tinggi. Artinya penerapan *restaurant attributes* dianggap sudah baik dan sesuai dengan harapan responden. Dimensi *food attributes* mendapatkan penilaian tertinggi. Pada dimensi *food attributes* seperti kemenarikan tampilan makanan, kemenarikan variasi menu, kelezatan rasa makanan, kesegaran makanan, kesesuaian temperatur makanan, keharuman aroma makanan, dan kesesuaian ukuran porsi makanan dianggap sebagai hal paling utama yang dirasakan oleh konsumen. Sedangkan sub variabel *physical environment attributes* mendapatkan nilai terendah dibandingkan dengan dimensi *food attributes*. Hal ini dikarenakan dari tujuan utama konsumen mengunjungi sebuah restoran yaitu untuk bersantap sehingga faktor-faktor lain seperti lingkungan fisik dan fasilitas-fasilitas yang terdapat pada sebuah restoran dijadikan sebagai nilai lebih daripada restoran itu sendiri.
2. Tanggapan konsumen mengenai kepuasan yang terdiri dari kinerja yang diharapkan dan dirasakan berada pada kategori tinggi. Diperoleh hasil bahwa keseluruhan konsumen sudah merasa puas terhadap *restaurant attributes*. Hal ini berarti *restaurant attributes* yang dilakukan oleh restoran sunda di Kabupaten Bandung Barat yang diwakili restoran Kampung Daun, D'Seuhah Da lada dan Sapulidi sudah sesuai dengan harapan konsumen. Nilai kepuasan konsumen yang paling tinggi terdapat pada kepuasan *service attributes* dan *food attributes*. Hal ini dikarenakan skor presentasi

Rizki Kurnia Radiallah, 2019

PENGARUH RESTAURANT ATTRIBUTES TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RESTORAN SUNDA DI KABUPATEN BANDUNG BARAT

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

dari kedua dimensi tersebut hampir sama, selain itu konsumen merasakan atribut pelayanan dan atribut makanan kelezatan rasa makanan, keberagaman variasi menu, dan pelayanan yang baik akan membuat konsumen puas.

3. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa secara parsial keempat dimensi yang memiliki pengaruh secara signifikan terdiri dari *service attributes*, *food attributes*, *physical environment attributes* dan *innovative and convenience*. Artinya semakin tinggi dimensi *service attributes*, *food attributes*, *physical environment attributes* dan *innovative and convenience* maka kepuasan konsumen semakin tinggi.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis merekomendasikan beberapa hal mengenai peningkatan *restaurant attributes* yang berpengaruh terhadap kepuasan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil tanggapan konsumen terhadap kepuasan, Dimensi *Service Attributes* mendapatkan nilai tertinggi, maka dari itu pihak manajemen pada restoran sunda di Kabupaten Bandung Barat harus mempertahankan bahkan harus lebih ditingkatkan kembali agar konsumen semakin merasa terlayani dengan baik pada saat melakukan pembelian di restoran sunda yang ada di Kabupaten Bandung Barat. Pihak manajemen bisa membuat pelatihan kepada pegawai, membuat SOP dengan jelas agar bisa dilaksanakan oleh pegawai, dan membuat kegiatan untuk pegawai agar kekompakan pegawai terjaga dan membuat mereka semakin mampu dan peduli dalam melayani konsumen. dimensi *food attributes* merupakan dimensi yang mendapatkan nilai tertinggi kedua setelah dimensi *service attributes*, oleh karena itu pihak manajemen restoran sunda di Kabupaten Bandung Barat diharapkan untuk mempertahankan bahkan mengembangkan kembali atribut makanannya agar dapat membuat konsumen semakin puas. Pada penelitian ini kesesuaian ukuran porsi makanan mendapatkan nilai terendah dari indikator *food attributes*, maka dari itu pihak manajemen restoran sunda di Kabupaten Bandung Barat agar lebih memperhatikan ukuran porsi makanan, agar konsumen dapat merasakan makanannya sesuai dengan harga yang dibayar. Selain itu, agar konsumen dapat melakukan pembelian ulang di kemudian hari. Pada dimensi *physical*

Rizki Kurnia Radiallah, 2019

PENGARUH RESTAURANT ATTRIBUTES TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RESTORAN SUNDA DI KABUPATEN BANDUNG BARAT

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

enviromtent attributes, pihak manajemen pada restoran sunda di Kabupaten Bandung Barat harus lebih memperhatikan kemenarikan design exterior restoran agar konsumen merasa nyaman saat berada di restoran. Sedangkan dimensi *innovative and convenience* merupakan dimensi yang mendapatkan penilaian terendah menurut tanggapan konsumen, oleh karena itu pihak manajemen restoran sunda di Kabupaten Bandung Barat harus lebih meningkatkan dimensi ini misalnya dengan cara memperhatikan jarak antara fasilitas satu dengan fasilitas lainnya, agar konsumen merasakan kemudahan dalam menggunakan fasilitas yang terdapat di area restoran.

2. Untuk meningkatkan kepuasan konsumen melalui pelaksanaan *restaurant attributes* pada restoran sunda di Kabupaten Bandung Barat agar lebih difokuskan pada tingkat *service attributes* dan *food attributes* karena skor persentase dari kedua dimensi tersebut hampir sama. *Service attributes* dan *food attributes* merupakan dimensi memiliki nilai tertinggi untuk memuaskan konsumen, pihak manajemen restoran sunda sebaiknya meningkatkan atribut pelayanannya dapat diciptakan sebaik mungkin agar konsumen merasa nyaman saat berada di restoran tersebut. Serta pihak manajemen restoran sunda sebaiknya meningkatkan atribut makanannya seperti membuat variasi menu terbaru atau memperbaharui tampilan makanan.
3. Penulis menyadari dalam penelitian ini tentunya memiliki kekurangan dan keterbatasan. Untuk penelitian selanjutnya, penulis menyarankan untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh *restaurant attributes* terhadap variabel bebas lainnya seperti niat pembelian kembali (*revisit intention*), niat berperilaku konsumen (*behavioural intention*), atau citra restoran (*restaurant image*), ataupun penambahan satu indikator pada restaurant attributes seperti *price* ataupun indikator lain yang tidak di uji pada penelitian ini dengan menggunakan dimensi dan teori terbaru serta pada metode penelitian yang berbeda sehingga penelitian pada pembahasan ini berkembang menjadi lebih baik. Kemudian untuk penelitian selanjutnya agar dapat meneliti jenis-jenis restoran lainnya agar dapat mengetahui tanggapan mengenai restoran sesuai dengan demografi maupun jenis restorannya.

Rizki Kurnia Radiallah, 2019

PENGARUH RESTAURANT ATTRIBUTES TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RESTORAN SUNDA DI KABUPATEN BANDUNG BARAT

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu