



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dalam pengaruh antara *Food Quality*, *Service Quality*, *Perceived Value*, *Customer Satisfaction*, *Positive Word of Mouth* dan *Repurchase Intention* maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. *Food Quality* memberi pengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction*, di mana dari hasil uji SEM menunjukkan nilai P sebesar 0,000. Karena nilai  $P < 0,05$ , sehingga ketika kualitas makanan di Bakso Jawir baik, maka akan meningkatkan kepuasan konsumen terhadap pengalamannya dalam mengkonsumsi Bakso Jawir.
2. *Service Quality* memberi pengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction*, di mana dari hasil uji SEM menunjukkan nilai P sebesar 0,000. Karena nilai  $P < 0,05$ , sehingga ketika kualitas layanan (*service*) di Bakso Jawir baik, maka akan meningkatkan kepuasan konsumen terhadap pengalamannya dalam mengkonsumsi Bakso Jawir.
3. *Perceived Value* memberi pengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction*, di mana dari hasil uji SEM menunjukkan nilai P sebesar 0,000. Karena nilai  $P < 0,05$ , sehingga ketika semakin baik penilaian keseluruhan manfaat yang diterima konsumen Bakso Jawir dibandingkan dengan pengorbanan mereka, maka akan meningkatkan

kepuasan konsumen terhadap pengalamannya dalam mengkonsumsi Bakso Jawir.

4. *Customer Satisfaction* memberi pengaruh positif terhadap *Repurchase Intention*, di mana dari hasil uji SEM menunjukkan nilai P sebesar 0,007. Karena nilai  $P < 0,05$ , sehingga ketika konsumen puas terhadap pengalamannya dalam mengkonsumsi Bakso Jawir, maka akan meningkatkan pembelian kembali konsumen terhadap Bakso Jawir di kemudian hari.
5. *Customer Satisfaction* memberi pengaruh positif terhadap *Positif Mord of Mouth*, di mana dari hasil uji SEM menunjukkan nilai P sebesar 0,000. Karena nilai  $P < 0,05$ , sehingga ketika konsumen puas terhadap pengalamannya dalam mengkonsumsi Bakso Jawir, maka akan meningkatkan konsumen dalam merekomendasikan kepada teman ataupun kerabat untuk mengkonsumsi Bakso Jawir.
6. *Positif Word of Mouth* memberi pengaruh positif terhadap *Repurchase Intention*, di mana dari hasil uji SEM menunjukkan nilai P sebesar 0,000. Karena nilai  $P < 0,05$ , sehingga ketika konsumen merekomendasikan kepada teman ataupun kerabat untuk mengkonsumsi Bakso Jawir, maka akan meningkatkan *repurchase intention* pada Bakso Jawir.

## 5.2 Saran

Berdasarkan analisis dari hasil penelitian, peneliti berharap agar penelitian ini memiliki dampak baik kepada pemilik Bakso Jawir untuk mengembangkan bisnisnya, maupun kepada peneliti selanjutnya yang tertarik melakukan penelitian ini agar hasilnya dapat lebih komprehensif dan mendalam.

### 5.2.1 Saran Untuk Manajemen Bakso Jawir

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh, maka peneliti mengajukan saran bagi manajemen Bakso Jawir sebagai berikut:

1. Manajemen Bakso Jawir perlu menerapkan sistem *'open kitchen'* dalam penyajian bakso hidangannya serta menambahkan sertifikasi *'Halal'* terhadap setiap menu ataupun memasang sertifikasi di setiap gerai mereka untuk meningkatkan kepuasan konsumen melalui peningkatan rasa percaya mereka bahwa daging yang dibuat sebagai bahan baku olahan terbuat dari daging yang segar.
2. Manajemen Bakso Jawir cabang Ruko Flourite Gading Serpong perlu menambah kapasitas dari tempat duduk ataupun dapat memperluas ruang agar dapat menampung semua konsumen yang datang untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan akan berdampak pada tingkat pembelian kembali terhadap Bakso Jawir dikemudian hari.
3. Manajemen Bakso Jawir perlu menambah porsi makanan yang mereka sajikan agar konsumen puas terhadap pelayanan dari kedai Bakso Jawir

sehingga akan meningkatkan pembelian kembali produk mereka. Karena berdasarkan analisa deskriptif, penilaian konsumen merasa Bakso Jawir menyediakan produk kurang sesuai dengan tampilan pada gambar.

4. Manajemen Bakso Jawir perlu mentraining bukan saja layanan yang diberikan, melainkan termasuk menu yang mereka jual kepada karyawannya, agar setiap karyawan dapat menjawab dengan baik setiap pertanyaan yang diajukan konsumen mengenai menu bakso yang dijual di kedai Bakso Jawir Ruko Flourite Gading Serpong.
5. Bakso Jawir perlu menambah jumlah karyawan mereka di Bakso Jawir Ruko Flourite Gading Serpong khususnya pada weekend dan hari libur agar konsumen puas terhadap pelayanan yang diberikan dan akan berdampak pada tingkat pembelian kembali Bakso Jawir di kemudian hari.
6. Karyawan Bakso Jawir perlu ditraining baik standar operasional (SOP) seperti bagaimana menyapa pelanggan yang baru datang, saat mengantarkan menu pesanan, serta mengantarkan menu makanan maupun training mengenai informasi produk yang mereka jual agar meningkatkan kepuasan pelanggan Bakso Jawir yang nantinya akan berdampak pada tingkat pembelian kembali produk Bakso Jawir di kemudian hari.
7. Bakso Jawir perlu mempercepat waktu penyajian setiap menu yang dipesan konsumen, agar konsumen puas dan tidak perlu lama mengantri untuk dapat menikmati Bakso Jawir.

8. Suasana di Bakso Jawir yang agak sedikit panas, sehingga konsumen yang makan sedikit tidak nyaman dengan panasnya ruangan di Kedai Bakso Jawir Ruko Flourite Gading Serpong. Oleh karena itu, Bakso Jawir perlu menambah pendingin ruangan atau AC, agar konsumen merasa nyaman dan puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh kedai Bakso Jawir Ruko Flourite Gading Serpong.
9. Bakso Jawir belum memiliki media sosial yang dapat diakses oleh konsumennya untuk memberikan *testimony* ataupun merekomendasikan Kedai Bakso Jawir kepada teman dan kerabat. Oleh karena itu, Bakso Jawir perlu membuat akun media sosial, seperti instagram, twitter, path, ataupun facebook agar para konsumen dapat dengan mudah mengakses serta merekomendasikan kedai Bakso Jawir kepada teman dan kerabat yang akan berdampak pada tingkat pembelian kembali Bakso Jawir di kemudian hari.

### 5.2.2 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh, maka peneliti mengajukan saran bagi peneliti selanjutnya sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya mencakup penelitian *food quality* serta *service quality* dari Bakso Jawir saja. Namun, melihat tren kedepan bahwa semakin banyak rumah makan yang merubah konsep, suasana ataupun *atmosphere* ruangan, maka perlu dipertimbangkan untuk melakukan penelitian dari sisi *ambience*, *atmosphere* serta lingkungan di Kedai Bakso Jawir.

2. Perlu diperhatikan kembali tingkat kebutuhan pada H6: WOM→RI, karena peneliti merasa kurangnya tingkat *urgency* hipotesis pada penelitian ini. Dikarenakan orang cenderung melakukan *repurchase intention* baru kemudian melakukan rekomendasi atau WOM setelah puas terhadap suatu produk ataupun jasa.
3. Peneliti menyarankan peneliti selanjutnya pada objek yang sama untuk menambah variabel dengan batas jumlah yang diperbolehkan dalam melakukan penelitian pada suatu variabel. Variabel yang perlu ditambahkan jumlah indikatornya adalah *e-WOM* yang mengacu pada penelitian Meyer dan Petzer (2014).
4. Penelitian ini untuk selanjutnya dapat diterapkan dengan menggunakan suatu objek penelitian lain terutama yang berhubungan dengan industri kuliner dalam hubungannya untuk meningkatkan *word of mouth* dan *repurchase intention* seperti penelitian terhadap makanan Indonesia, seperti Bakso Afung, Kwetiau Sapi Mangga Besar, , dan lain – lain.

U  
M  
N