

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Pada penelitian ini, analisis data yang dilakukan menggunakan Teknik SEM (Structural Equation Model) dengan software Lisrel versi 8.8. Dari hasil analisis data menunjukkan bahwa terdapat variabel yang memiliki pengaruh positif serta variabel yang tidak memiliki pengaruh signifikan. Berikut merupakan kesimpulan dari hasil penelitian :

1. *Food Quality* memiliki pengaruh positif terhadap *Customer Perceived Value*. Hasil ini dapat dilihat dari nilai T-value sebesar 2.42 dimana nilai ini berada di atas nilai T-table sebesar ≥ 1.65 . Berdasarkan hasil analisis data, dibuktikan bahwa kualitas makanan yang disajikan oleh Restaurant Fast Food CFC dapat mempengaruhi nilai yang dirasakan oleh konsumen dimana konsumen merasa bahwa kualitas makanan dari CFC enak sehingga konsumen menyukai rasa dari makanan CFC yang pada akhirnya dapat membuat konsumen memutuskan untuk memilih Restaurant Fast Food CFC.
2. *Physical Environment Quality* tidak memiliki pengaruh terhadap *Customer Perceived Value*. Hasil ini dapat dilihat dari nilai T-value sebesar 0.18 dimana nilai ini berada di bawah nilai T-table sebesar ≥ 1.65 . Berdasarkan hasil analisis data, dibuktikan bahwa kualitas lingkungan fisik yang ada di Restaurant Fast Food CFC tidak dapat mempengaruhi nilai yang dirasakan oleh konsumen dimana kualitas lingkungan fisik bukan merupakan nilai pendukung yang dapat menjadi penentu bagi konsumen untuk mengunjungi dan makan di Restaurant Fast Food CFC.
3. *Employee Service Quality* tidak memiliki pengaruh terhadap *Customer Perceived Value*. Hasil ini dapat dilihat dari nilai T-value sebesar 0.13 dimana nilai ini berada di bawah nilai T-table sebesar ≥ 1.65 . Berdasarkan hasil analisis data, dibuktikan bahwa kualitas layanan yang diberikan oleh

karyawan Restaurant Fast Food CFC tidak dapat mempengaruhi nilai yang dirasakan oleh konsumen dimana persepsi konsumen mengenai layanan yang diberikan dari karyawan Restaurant Fast Food CFC berbeda-beda tergantung dari kondisi ekonomi dari setiap konsumen.

4. *Customer Perceived Value* memiliki pengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction*. Hasil ini dapat dilihat dari nilai T-value sebesar 6.12 dimana nilai ini berada di atas nilai T-table sebesar ≥ 1.65 . Berdasarkan hasil analisis data, dibuktikan bahwa nilai yang dirasakan oleh konsumen mengenai Restaurant Fast Food CFC dapat mempengaruhi kepuasan konsumen dimana konsumen menilai Restaurant Fast Food CFC sudah sesuai dengan harapan yang diinginkan sehingga keinginan konsumen akan terpenuhi selama makan di Restaurant Fast Food CFC.
5. *Customer Satisfaction* memiliki pengaruh positif terhadap *Behavioural Intentions*. Hasil ini dapat dilihat dari nilai T-value sebesar 6.65 dimana nilai ini berada di atas nilai T-table sebesar ≥ 1.65 . Berdasarkan hasil analisis data, dibuktikan bahwa kepuasan konsumen terhadap Restaurant Fast Food CFC dapat mempengaruhi niat dalam berperilaku dimana Restaurant Fast Food CFC dapat memberikan rasa puas kepada konsumen bagi konsumen yang sudah pernah membeli dan mencoba sehingga dari kepuasan tersebut konsumen akan berkomentar positif tentang Restaurant Fast Food CFC yang pada akhirnya konsumen akan sesering mungkin mengunjungi Restaurant Fast Food CFC.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti dapat memberikan saran kepada perusahaan yaitu Restaurant Fast Food CFC dan juga kepada penelitian selanjutnya yang ingin meneliti mengenai Restaurant Fast Food di masa depan:

5.2.1 Saran untuk Perusahaan

Pada penelitian ini, penulis memiliki beberapa saran yang ditujukan kepada Restaurant Fast Food CFC supaya gerai restaurant dapat membuat konsumen untuk mengunjungi dan melakukan pembelian kembali ke Restaurant Fast Food CFC. Berikut merupakan beberapa saran untuk Restaurant Fast Food CFC :

1. Penulis memberikan saran kepada Restaurant Fast Food CFC agar dapat menyajikan makanan yang masih hangat atau makanan yang baru matang. Ketika makanan yang disajikan dalam kondisi masih hangat atau baru matang, aroma makanan akan tercium dan tekstur daging masih empuk. Berbeda dengan makanan yang disajikan dalam kondisi sudah dingin, aroma makanan tidak akan tercium lagi dan tekstur daging akan menjadi kaku dan keras. Inilah yang membuat banyak orang menyukai makanan yang masih hangat atau makanan yang baru matang karena rasa makanan akan terasa lebih nikmat ketika disantap. Maka dari kualitas makanan yang disajikan oleh Restaurant Fast Food CFC ini dapat membuat konsumen berpikir bahwa kualitas makanan dari Restaurant Fast Food CFC di nilai dengan baik oleh konsumen.
2. Penulis memberikan saran kepada Restaurant Fast Food CFC agar dapat menambah fasilitas yang berguna bagi pelanggan pada saat ingin makan di restaurant. Fasilitas ini dapat berupa fasilitas dalam bentuk digital dikarenakan perkembangan zaman yang semakin canggih sehingga dengan keahlian teknologi harus dimanfaatkan sebaik mungkin. Fasilitas ini dapat berupa mesin Self Order yang merupakan mesin dimana dapat membantu konsumen dalam memesan makanan. Cara pemakaian juga cukup mudah yaitu konsumen bisa memilih jenis makanan apa yang ingin

dipesan lalu konsumen bisa memilih tipe pembayaran melalui mesin Self Order atau bayar di kasir. Dengan adanya inovasi ini, restaurant dapat meminimalisir waktu saat pelanggan antri di kasir yang hendak ingin membayar.

3. Penulis memberikan saran kepada Restaurant Fast Food CFC agar dapat menyajikan menu yang menarik yaitu dengan cara membuat menu baru yang sesuai dengan lidah orang Indonesia sehingga dapat membangkitkan selera makan bagi konsumen. Dengan adanya menu baru ini, konsumen akan semakin tertarik untuk membeli dan mencoba karena varian menu dan rasa yang ditawarkan berbeda dari biasanya.

5.2.2 Saran untuk Penelitian Selanjutnya

Pada penelitian ini, penulis juga memiliki beberapa saran yang ditujukan kepada penelitian selanjutnya supaya terus terjadi perkembangan bagi orang yang ingin meneliti mengenai Restaurant Fast Food. Berikut merupakan beberapa saran untuk penelitian selanjutnya :

1. Penelitian ini menggunakan variabel yang terbatas yang terdiri dari *Food Quality*, *Physical Environment Quality*, *Employee Service Quality*, *Customer Perceived Value*, dan *Customer Satisfaction* memiliki pengaruh terhadap *Behavioural Intentions*. Maka dari itu, penulis memberikan saran kepada penelitian selanjutnya untuk menambahkan variabel *Perceived Price* yang dapat dilihat dari penelitian Zhong & Moon (2020), bahwa *Perceived Price* memiliki pengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction*. Dari pengaruh tersebut, dijelaskan bahwa harga yang wajar dapat mempengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas dari sebuah restaurant. Maka dari penelitian Zhong & Moon (2020), dapat menjadi pemahaman yang lebih baik mengenai harga yang dirasakan dalam industri jasa makanan. Hal ini dikarenakan pada penelitian sebelumnya, belum terdapat penelitian yang cukup kuat untuk menguji bagaimana harga yang dirasakan dapat mempengaruhi persepsi konsumen mengenai kualitas dari sebuah restaurant.

2. Penelitian ini menggunakan domisili jabodetabek dan terdapat pilihan other atau lainnya untuk responden yang berada di wilayah selain jabodetabek. Maka dari itu, penulis memberikan saran kepada penelitian selanjutnya untuk menggunakan wilayah yang lebih spesifik seperti misalnya penelitian selanjutnya hanya meneliti di kota Tangerang sehingga dalam penelitian tersebut dapat mengetahui faktor-faktor seperti *Food Quality*, *Physical Environment Quality*, *Employee Service Quality*, *Customer Perceived Value*, dan *Customer Satisfaction* yang mempengaruhi *Behavioural Intentions* dan hanya terjadi di Restaurant Fast Food kota Tangerang.
3. Penelitian ini menggunakan responden dengan usia minimal 17 tahun sampai lebih dari 40 tahun. Dari rentang usia ini menunjukkan perbedaan yang cukup jauh. Maka dari itu, penulis memberikan saran kepada penelitian selanjutnya untuk menggunakan usia yang berada pada kategori tertentu seperti generasi Z dengan usia 18-25 tahun. Rata-rata orang yang termasuk ke dalam generasi Z dan berada di usia 18-25 tahun menyukai Fast Food bila dibandingkan dengan orang yang berusia lebih dari 25 tahun. Hal ini dikarenakan dengan usia yang semakin tua, mereka akan menjaga pola makan dengan cara makan makanan yang sehat dan mengurangi makanan cepat saji yang akan berdampak pada kesehatan di hari tua.

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA