BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian ini, analisis data dilakukan menggunaakn SmartPLS 4, yang menghasilkan temuan bahwa seluruh hipotesis diterima. Hasil penelitian ini menunjukan bahwa setiap variabel independent memberikan pengaruh positif terhadap variabel dependen. Berikut adalah penjabaran hasil analisis yang telah dilakukan peneliti:

1. *Customer Satisfaction* memiliki pengaruh positif terhadap *Behavioral Intention.* Hal ini menunjukan bahwa niat berperilaku seperti merekomendasikan kepada orang lain, melakukan pembelian berulang, memberi ulasan positif, dan tidak berkata negatif pada restoran, dipengaruhi oleh kepuasan konsumen. Dengan begitu, Restoran Pempek di Kota Garut perlu memperkuat aspek yang mempengaruhi kepuasan konsumen, seperti *Service Quality*, *Food Quality*, dan *Perceived Value*. Peningkatan ketiga aspek ini akan meningkatkan kepuasan konsumen, yang pada akhirnya mendorong niat perilaku positif terhadap Restoran Pempek di Kota Garut.

2. *Service Quality* memiliki pengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction.* Ini memperlihatkan bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang dihadirkan oleh Restoran Pempek di Kota Garut. Kualitas pelayanan harus terus ditingkatkan oleh pihak restoran agar kepuasan konsumen terjamin. Kualitas pelayanan diapat dimulai dari aspek *empathy* dan *responsiveness*, seperti karyawan yang sigap, cepat serta peduli kepada konsumennya. Diharapkan Restoran Pempek di Kota Garut selalu menawarkan layanan yang terbaik, sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

3. *Service Quality* memiliki pengaruh positif terhadap *Behavioral Intention.* Hal ini menunjukan bahwa kualitas layanan langsung mempengaruhi niat konsumen, seperti merekomendasikan restoran kepada kerabat atau memberikan ulasan positif. Oleh karena itu, Restoran Pempek di Kota Garut perlu terus meningkatkan kualitas layanan, baik dari sisi karyawan maupun aspek operasional lainnya, untuk mendorong perilaku konsumen yang positif di masa depan.

4. *Food Quality* memiliki pengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction.* Hal ini menunjukan bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas makanan yang disajikan oleh Restoran Pempek di Kota Garut. Restoran Pempek di Kota Garut harus selalu menyediakan makanan berkualitas dengan bahan baku segar, rasa yang lezat, tampilan, dan varian menu yang beragam. Untuk mempertahankan dan meningkatkan kepuasan konsumen, restoran perlu menjaga kualitas makanan melalui quality control yang ketat dan terus melakukan inovasi juga promo agar konsumen tidak merasa bosan dan merasa puas.

5. *Perceived Value* memiliki pengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction.* Hal ini menunjukan bahwa kepuasan konsumen juga dipengaruhi oleh nilai yang dirasakan dari kualitas layanan dan produk. Restoran Pempek di Kota Garut harus memberikan nilai yang baik, membuat konsumen merasa puas. Untuk meningkatkan value ini, restoran perlu memastikan bahwa harga yang dibayarkan konsumen sebanding dengan manfaat yang diterima. Salah satu caranya adalah menyesiakan harga sesuai dengan apa yang diberikan kepada konsumen. Selain itu, restoran dapat menawarkan promo atau paket menu untuk memberikan nilai tambah bagi konsumen.

5.2 Saran

Mengacu pada hasil penelitian yang telah dianalisis oleh peneliti, menghasilkan beberapa saran yang dapat digunakan oleh Perusahaan maupun peneliti selanjutnya yang berfokus pada industri makanan dan minuman atau restoran. Harapan terhadap saran ini adalah dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan niat perilaku yang positif terhadap produk serta layanan yang ditawarkan oleh Restoran Pempek di Kota Garut. Berikut adalah rincian saran dari peneliti:

5.2.1 Saran Bagi Perusahaan

1. Penulis mengusulkan agar restoran meningkatkan kualitas secara konsisten untuk memberikan pengalaman terbaik kepada konsumen. Dalam hal pelayanan, pihak restoran harus memastikan karyawan mengikuti SOP dengan konsisten tanpa dipengaruhi faktor lain. Profesionalisme, komunikasi, pengetahuan, keramahan, dan ketepatan waktu karyawan perlu dijaga dan ditingkatkan untuk mencapai kepuasan konsumen, yang pada gilirannya mendorong ulasan positif dan niat perilaku konsumen seperti melakukan transaksi ulang di Restoran Pempek di Kota Garut. Selain itu, pihak restoran pun dapat melakukan pelatihan dan evaluasi setiap tiga bulan, untuk menilai kekurangan yang timbul, atau keluhan yang dialami oleh konsumen. Evaluasi ini penting untuk menunjang kualitas layanan, yang pada akhirnya berdampak pada kepuasan pelanggan dan perilaku konsumen yang positif.

2. Penulis menyarankan untuk menjaga kualitas makanan yang diberikan kepada konsumen, terutama dari segi kesegaran, rasa, dan kebersihannya. Karena tujuan utama konsumen datang ke restoran adalah meikmati makanan, kualitas ini menjadi faktor penting untuk menciptakan kepuasan pelanggan di Restoran Pempek di Kota Garut. Kesegaran, rasa, dan kebersihan dapat dipertahankan dengan melakukan *quality control* secara rutin untuk memastikan bahan baku yang rusak segera diganti. Selain itu, proses membuat dari bahan dasar menjadi hidangan yang siap disajikan harus sesuai standar, hal ini untuk menjaga kualitas dan konsistensi rasa.

Hal tersebut akan membantu meningkatkan kepuasan konsumen dan menjaga reputasi restoran.

3. Penulis menyarankan agar pihak restoran pempek yang ada di Kota Garut untuk segera menggunakan media sosial seperti Instagram, dan TikTok sebagai strategi pemasaran. Platfrom tersebut memiliki jangkauan yang luas dan efektif untuk menarik perhatian konsumen, khususnya generasi muda. Terlebih lagi saat ini zaman sudah serba digital, konten yang dibuat baik foto maupun video dapat menarik perhatian konsumen. Konten yang dibuat dapat berupa menu restoran, proses memasak, proses pembuatan, ulasan dari pelanggan, promosi, dan masih banyak lagi. Dengan memanfaatkan fitur seperti *stories*, dan video singkat, restoran dapat meningkatkan *brand awareness* dan meningkatkan interaksi antar pelanggan, dan mendorong konsumen untuk datang ke restoran.

5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian yang dikerjakan ini tidaklah tanpa cacat, menurut peneliti masih ada beberapa aspek yang dapat diperluas lebih lanjut. Maka dari itu, peneliti mengharapkan penelitian yang akan datang dapat mempertimbangkan dan memperhatikan beberapa saran berikut:

1. Penelitian ini menggunakan variabel yang terbatas yang terdiri dari *service quality*, *food quality*, *perceived value*, dan *customer satisfaction* memiliki pengaruh terhadap *behavioral intention.* Maka dari itu penulis menyarankan kepada peneliti selanjutnya untuk menambahkan variabel pengaruh pemasaran media sosial, karena pada penelitian yang dilakukan oleh (Alalwan, Rana, Dwivedi, & Algharabat, 2017), strategi pemasaran melalui media sosial memiliki dampak positif pada keterlibatan pelanggan dan loyalitas merek.
2. Dalam penelitian ini terdapat variabel *service quality*. Namun yang digunakan hanya dimensi *empathy* dan *responsiveness* saja. Diharapkan dalam penelitian selanjutnya untuk mencoba menggunakan dimensi yang

lain (*tangible*, *reliability*, dan *assurance*) untuk mengetahui dimensi mana yang lebih berpengaruh atau tidak berpengaruh terhadap *service quality* pada industri makanan dan minuman.

3. Disarankan untuk membandingkan restoran pempek di berbagai wilayah contohnya Garut, dengan Bandung atau Jakarta. Untuk melihat perbedaan dalam kepuasan dan perilaku konsumen terkait layanan, kualitas makanan dan harga. Atau peneliti selanjutnya juga bisa melakukan penelitian di kota lain seperti Bandung dan Jakarta.
4. Pada bagian pembuatan pertanyaan, diharapkan peneliti selanjutnya untuk membaca ulang atau mencoba memposisikan diri sebagai responden apakah pertanyaannya membingungkan atau tidak, dan apakah pertanyaannya perlu digunakan atau tidak apabila mengambil referensi dari jurnal utama.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA