



### **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

Hasil analisis data dengan menggunakan structural equation modeling menunjukkan bahwa data pada penelitian ini memiliki kecocokan dengan model penelitian yang ditunjukkan. Untuk model pengukuran seluruh indikator memiliki kriteria valid dan seluruh variabel memiliki reliabilitas yang baik meskipun ada satu variabel.

Berdasarkan model struktural semua hipotesis penelitian yang diajukan semuanya terbukti memiliki hubungan positif, sehingga hasil dari model struktural tersebut dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Food quality* memiliki pengaruh positif terhadap *customer satisfaction*.

Hal ini dikarenakan Mujigae Resto sangat mengutamakan kualitas makanan yang disajikan. Dimana dalam proses pengolahan makanannya Mujigae Resto mengikuti standard komposisi yang telah dibuat sebelumnya dengan tujuan untuk tetap mempertahankan ciri khas dari makanan Korea. Konsep casual pada makanan yang diberikan disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat Indonesia, untuk itu Mujigae Resto mengganti bahan baku utama untuk salah satu menu di restorannya.

2. *Serviceperson customer orientation* memiliki pengaruh positif terhadap *customer satisfaction*. Hal ini dikarenakan Mujigae Resto melatih para *waitersnya* untuk lebih peka terhadap konsumen. Mujigae Resto melatih *waitersnya* dengan mengutamakan senyuman sebagai hal dasar untuk

seluruh pelayanan yang diberikan. Selain itu, para *waiters* pun tidak dibekali dengan penampilan yang unik untuk menarik perhatian konsumen.

3. *Physical environment* memiliki pengaruh positif terhadap *customer satisfaction*. Hal ini dikarenakan ruang makan Mujigae Resto dibuat semenarik mungkin dengan konsep K-pop. Dikarenakan Mujigae Resto ingin memanjakan konsumennya bukan hanya dari sisi makanan yang ala Korea tetapi desain ruangnya yang dibuat menggunakan konsep warna futuristik ala K-pop.
4. *Customer satisfaction* memiliki pengaruh positif terhadap *repurchase intention*. Setelah konsumen dipuaskan dari sisi kualitas makanan, pelayanan para *waiters* hingga ruang makan ala K-pop mampu mendorong konsumen untuk melakukan pembelian kembali di Mujigae Resto.

## 5.2 Saran

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *food quality*, *serviceperson customer orientation*, dan *physical environment* memiliki pengaruh terhadap *customer satisfaction* serta *customer satisfaction* memiliki pengaruh terhadap *repurchase intention*. Akan tetapi penelitian ini jauh dari kata sempurna dan memiliki beberapa keterbatasan sehingga membutuhkan penyempurnaan pada penelitian selanjutnya di masa datang. Beberapa hal yang dapat disarankan pada perusahaan dan penelitian selanjutnya, yaitu:

### 5.2.1 Saran Bagi Perusahaan

1. Mujigae Resto seharusnya bisa lebih membangun hubungan yang dekat dengan konsumen. Pada penelitian ini, peneliti melihat domisili para

responden tujuannya agar Mujigae Resto dapat membuat *member card* kepada konsumennya, dikarenakan pada penelitian ini semua responden telah datang lebih dari dua kali ke Mujigae Resto Summarecon Mall Serpong yang merupakan objek penelitiannya. *Member card* ini dibuat untuk menarik konsumen yang sudah pernah datang ke Mujigae Resto, datang kembali untuk melakukan pembelian kembali ke Mujigae Resto, dikarenakan dengan menggunakan *member card*, konsumen bisa mendapatkan beberapa diskon khusus. Fungsi *member card* ini selain memberikan diskon khusus kepada konsumennya, dapat membantu Mujigae Resto dalam pengambilan keputusan manajemennya guna membuka cabang berikutnya. Sehingga Mujigae Resto dapat membuka cabang baru dengan melihat daerah terbanyak yang menjadi konsumen setianya dan ini akan memudahkan konsumen untuk tidak perlu jauh-jauh pergi ke Mujigae Resto yang mungkin cukup jauh dengan rumah mereka.

2. Mujigae Resto harus memperbaiki sistem pelayanannya khususnya dalam proses pemesanan menu makanan. Karena konsumen banyak memesan menggunakan Ipad, pada *waiters* menjadi lebih banyak menganggur dengan berdiri didepan pintu sambil menunggu adanya konsumen yang memanggil mereka. Untuk itu, peran *waiters* sebagai tenaga profesional yang melayani konsumen menjadi besar, bukan hanya sebatas mengantarkan pesanan ke meja konsumen ataupun menunggu konsumen memanggil mereka untuk bertanya hal-hal yang konsumen butuhkan.

3. Menambah variasi menu makanan yang baru juga sangat diperlukan, dikarenakan hingga saat ini hanya memiliki 7 varian menu utama. Untuk

itu penambahan menu seperti pada 4.7 implikasi manajerial, perlu dilakukan. Saat ini Mujigae Resto menyajikan main *course* Korea saja, untuk itu peneliti menyarankan untuk menambahkan *dessert* pada hidangan yang disajikan.

### 5.2.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya

1. Mengingat penelitian ini membahas mengenai keinginan pembelian kembali konsumen yang diukur dari sisi kualitas makanan, pelayanan yang diberikan oleh *waiters*, hingga ruang makan yang nyaman, maka penelitian selanjutnya diharapkan dapat melihat sisi *restaurant image* dari Mujigae Resto sendiri dikarenakan menurut Ryu et al., (2008) dalam Ryu et al., (2012) dan Mohajerani et al., (2012) *restaurant image* memiliki hubungan yang positif dengan *customer satisfaction*. Selain *restaurant image*, peneliti selanjutnya dapat melihat sisi *customer perceived value*. Menurut McDouglass dan Levesque (2000) dalam Ryu et al., (2012), *customer perceived value* dan *customer satisfaction* adalah dua hal yang saling menonjol dalam industri jasa, dimana *customer perceived value* memiliki pengaruh positif terhadap *customer satisfaction*.

UMMN