

BAB VI

KESIMPULAN & SARAN

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan dapat diambil beberapa kesimpulan antara lain:

1. Variabel kualitas makanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen di restoran makanan Jepang, sehingga Hipotesis 1 terbukti.
2. Variabel kualitas layanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen di restoran makanan Jepang, sehingga Hipotesis 2 terbukti.
3. Variabel kualitas lingkungan fisik memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen di restoran makanan Jepang, sehingga Hipotesis 3 terbukti.
4. Variabel kepuasan konsumen memiliki pengaruh positif terhadap *behavioral intention* di restoran makanan Jepang, sehingga Hipotesis 4 terbukti.
5. Variabel *intervening* kepuasan konsumen memediasi penuh (*fully*) hubungan antara kualitas makanan dengan *behavioral intention* di restoran makanan Jepang, sehingga Hipotesis 5 terbukti.
6. Variabel *intervening* kepuasan konsumen memediasi penuh (*fully*) hubungan antara kualitas layanan dengan *behavioral intention* di restoran makanan Jepang, sehingga Hipotesis 5 terbukti.
7. Variabel *intervening* kepuasan konsumen memediasi sebagian/parsial (*partially*) hubungan antara kualitas lingkungan fisik dengan *behavioral intention* di restoran makanan Jepang, sehingga Hipotesis 5 terbukti.

6.2. Saran

Saran yang dapat diberikan peneliti berdasarkan hasil penelitian adalah :

Saran Praktis :

1. Rata-rata terendah indikator kualitas makanan berada pada penampilan visual makanan dan rata-rata tertinggi berada pada citarasa dan kelezatan makanan, sehingga pemilik dan/atau pengelola restoran sebaiknya meningkatkan visualisasi sajian makanan sehingga semakin menarik bagi konsumen, sekaligus menjaga kualitas citarasa makanan.
2. Rata-rata terendah indikator kualitas layanan berada pada waktu operasional dan rata-rata tertinggi berada pada kemampuan staf dalam memberikan informasi menu, sehingga

pemilik dan/atau pengelola restoran sebaiknya menambah waktu operasional restoran dan mempertahankan kualitas kinerja staf.

3. Rata-rata terendah indikator kualitas lingkungan fisik berada pada kebersihan restoran, lukisan/hiasan, pewarnaan, dan *background* musik, sedangkan rata-rata tertinggi berada pada dekorasi langit, pewarnaan, pencahayaan, dan penataan ruangan, sehingga pemilik dan/atau pengelola restoran sebaiknya meningkatkan kebersihan restoran serta mengubah atmosfer restoran dengan mengubah *background* musik.
4. Rata-rata terendah indikator kepuasan konsumen berada pada *dining experience* dan rata-rata tertinggi berada pada kepuasan makan di restoran, sehingga pemilik/pengelola restoran sebaiknya memberikan suatu kekhasan pada pelayanan atau menu untuk meningkatkan kepuasan *dining experience* konsumen.
5. Rata-rata terendah indikator *behavioral intention* berada pada kerelaan konsumen menghabiskan uang lebih banyak dan rata-rata tertinggi berada pada kerelaan konsumen menghabiskan waktu lebih banyak, sehingga pemilik/pengelola restoran sebaiknya mengembangkan sajian menu menjadi lebih banyak, sehingga konsumen tertarik untuk membeli.

Saran Teoritis :

1. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan variabel-variabel lain selain variabel dalam penelitian ini yang berkaitan dengan restoran makanan Jepang.
2. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menganalisis peran mediasi kepuasan konsumen antara dimensi kualitas dengan *behavioral intention* secara lebih mendalam.
3. Bagi peneliti selanjutnya dapat menggunakan variabel-variabel dalam penelitian ini sebagai variabel penelitian di tipe atau jenis restoran lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Andaleeb, S.S. dan C. Conway. 2006. Customer Satisfaction in the Restaurant Industry : An Examination of the Transaction-Specific Model, *Journal of Services Marketing*, Vol. 20 No. 1, pp. 3-11.
- Arikunto, S. 1998. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Bitner, M.J. 1990. Evaluating Service Encounters: The Effects of Physical Surroundings and Employee Responses, *Journal of Marketing*, Vol. 54 No. 2, pp. 69-82.
- Booms, B.H. dan M.J. Bitner. 2002. Marketing Strategies and Organization Structure for Service Firms, *American Marketing Association*, pp. 47-51.
- Broadbent, Bunt, and Jencks. 1980. *Sign, Symbol, and Architecture*. New York : John Wiley and Sons.
- Bungin, M.B. 2001. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Canny, I.U. 2014. Measuring the Mediating Role of Dining Experience Attributes on Customer Satisfaction and Its Impact on Behavioral Intentions of Casual Dining Restaurant in Jakarta, *International Journal of Innovation*, Vol. 5 No. 1, pp. 27-28.
- Cronin Jr, J.J. and S.A. Taylor. 1992. Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension, *Journal of Marketing*, Vol. 56 No. 3, pp. 55-68.
- East, R. 1997. *Consumer Behaviour Advances & Applications in Marketing*. Hertfordshire : Prentice Hall.
- Ferdinand, A. 2000. *Structural Equation Modelling dalam Penelitian Manajemen*, Semarang : Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ferdinand, A. 2002. *Structural Equation Modelling (SEM) dalam Penelitian Manajemen*, 2 th edition. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ferree, M. 1973. What is Food Quality?, *Journal of Food Distribution Research*, pp. 34-36.
- Getty, J.M and K.N. Thompson. 1994. The Relationship Between Quality, Satisfaction, and Recommending Behavior in Lodging Decision, *Journal of Hospitality and Leisure Marketing*, Vol 2 No. 3, pp. 3-22.
- Ghimire, A.J. 2012. Service Quality and Customer Satisfaction in the Restaurant Business - Case Study of Sagarmatha Nepalese Restaurant in Vantaa, *Thesis*, Central Ostrobothnia University of Applied Sciences : Degree Programme in Tourism.
- Ghozali, I. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Ghozali, I. 2008. *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program Amos 16.0*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Giese, J.L dan Cote, J.A. 2000. Defining Consumer Satisfaction, *Academy of Marketing Science Review*, Academy of Marketing Science.
- Hair, J.F. Jr, W.C. Black, B.J. Babin, dan R.E. Anderson. 2010. *Multivariate Data Analysis : A Global Perspective*, Seventh Edition. New Jersey : Pearson Publishing.
- Han, H. and K. Ryu. 2006. Moderating Role of Personal Characteristics in Forming Restaurant Customer's Behavioral Intentions – An Upscale Restaurant Setting, *Journal of Hospitality and Leisure Marketing*, Vol. 15 No. 4.
- Hardiyati, R. 2010. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Penginapan (Villa) Agrowisata Kebun Teh Pagilaran, *Skripsi*, Semarang : Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Hersanti, N.J. dan K. Ratnawati. 2012. Pengaruh Atmosfer terhadap Kepuasan dan Niatan Perilaku Konsumen di Toko “Oen”, Kota Malang, *Jurnal Aplikasi Manajemen* Vol. 10 No. 4, pp. 772-780.
- Hsu, M.K., Y. Huang, dan S. Swanson. Grocery Store Image, Travel Distance, Satisfaction, and Behavioral Intentions, *International Journal of Retail and Distribution Management*, Vol. 38, No 2, pp 115-132.
- Kleynhans, H.C. 2003. Leisure Tourist's Satisfaction Regarding Their Meal Experience at Lesedi Cultural Village, *Paper*, University of Pretoria : Faculty of Natural and Agriculture Sciences, Department of Consumer Science.
- Kotler, P. 1973. Atmospherics as a Marketing Tool, *Journal of Retailing*, Vol. 49 No. 4.
- Kotler, P. 2001. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P. 2005. *Manajemen Pemasaran* (Edisi Terjemahan), 11 th edition. Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler dan Keller. 2012. *Marketing Management*, 14 th edition, Global Edition. New York : Pearson-Prentice Hall.
- Lee, H., Y. Lee, dan D. Yoo. 2000. The Determinants of Perceived Service Quality and Its Relationship with Satisfaction, *Journal of Services Marketing*, Vol. 14 No. 3, pp. 217-231.
- Matilla. 2001. Emotional Bonding and Restaurant Loyalty, *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, Vol. 42 No. 6, pp. 73-79.
- MacLaurin, D.J. dan T.L. MacLaurin. 2000. Customer Perceptions of Singapore's Theme Restaurants, *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, Vol. 41 No. 3, pp. 75-85.

- Milliman, R.E. 1986. The Influence of Background Music on the Behaviour Restaurant Patrons, *Journal of Consumer Research*, Vol. 13 No. 2, pp. 286-289.
- Mosavi, S.A. dan M. Ghaedi. 2012. Behavioral Intention in the Luxury Fast Food Restaurant, *African Journal of Business Management*, Vol. 7 No. 18, pp. 1845-1853.
- Perwira, P. 2012. *Analisis Hubungan Internasional – Konseptualisasi dan Operasionalisasi*. Available at: <http://putrinyaperwira-fisip09.web.unair.ac.id/>. [16 September 2013]
- Peter, J.P. dan J.C. Olson. 2010. *Consumer Behavior and Marketing Strategy*. Singapore : McGraw-Hill Co. Inc.
- Rapoport, A. 1982. *House, Form, and Culture*. New York : Englewood Cliffs Hall.
- Ryu, K. 2005. Dinescape, Emotions, and Behavioral Intention in Upscale Restaurant, *Dissertation*, Kansas State University : Department of Hotel, Restaurant, Institution Management and Dietetics, College of Human Ecology.
- Ryu, K., Heesup H., dan D. Pearlman. 2008. The Relationship Among Store Image, Perceived Value, Customer Satisfaction, and Behavioral Intentions in the Fast-Casual Restaurant Industry, *Journal of Business Management*.
- Ryu, K. dan Han, H. 2010. Influence of The Quality of Food, Service, and Physical Environment on Customer Satisfaction and Behavioral Intention in Quick-Casual Restaurants: Moderating Role of Perceive Price, *Journal of Hospitality & Tourism Research*, Vol. 34 No. 3 pp. 310-329.
- Shemwell, DJ., U. Yavas, Z. Bilgin. 1998. Customer-Service Provider Relationships: An Empirical Test of a Model of Sevice Quality, Satisfaction, and Relationship Orientated Outcome, *International Journal of Service Industry Management*, Vol. 9, pp. 155-168.
- Singarimbun, M. 1995. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta : Lembaga Penelitian, Pendidikan, dan Penerangan Ekonomi dan Sosial.
- Singarimbun, M. 2001. *Metode Penelitian Survei*, edisi ketiga. Jakarta : Lembaga Penelitian, Pendidikan, dan Penerangan Ekonomi dan Sosial.
- Tung, W-C. 2003. A Customer Perception and Satisfaction Survey for a Chinese Buffet, *Research Paper*, University of Wisconsin-Stout : The Graduate School.
- Widayati, W. 2011. *Berkunjung ke Jawa Timur*. Available at: m.suarasurabaya.net. [16 Oktober 2013]
- Wijaya, R. 2007. Analisa Pengaruh Physical Surrounding terhadap Emotional States dan Emotional States terhadap Behavioral Intentions Konsumen – Studi Kasus : J.Co Donuts and Coffee, *Skripsi*, Jakarta : Departemen Manajemen Universitas Indonesia.
- Yuliantoro, N. 2010. Pengaruh Kualitas Makanan terhadap Kepuasan dan *Behavioral Intention* (Studi Kasus pada Restoran DLK, Tangerang), *Jurnal Hospitour*, Vol. I No. 2, pp. 1-18.

Zeng, F., Z. Hu, R. Chen, dan Z. Yang. 2009. Determinants of Online Service Satisfaction and Their Impacts on Behavioral Intentions, *International Journal of Service Industry Management*.