

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat ditarik suatu simpulan sebagai berikut :

1. Pada 5 variabel *Meal Experience* di Hanbai Suki yang telah diteliti terdapat 3 variabel yang mendapat perhatian dari pelanggan yaitu Variasi menu makanan, Penampilan karyawan, dan Suasana. Secara penilaian, 3 variabel ini memiliki capaian skor yang cukup tinggi dibandingkan variabel lain, hasil ini menunjukkan bahwa ada hal – hal yang harus dipertimbangkan oleh pengelola dalam menciptakan pengalaman makan pelanggan pada saat berkunjung. Ketiga variabel diatas juga turut memenuhi pengalaman kesan makan pada pelanggan yang datang, sehingga dalam penelitian ini diperoleh kesimpulan bahwa restoran Hanbai Suki masih sangat kurang menampilkan konsep Jepang. Serta belum mampu memberikan kesan makan atau *meal experience* kepada pelanggan, hal ini dapat dilihat mulai dari pemilihan menu yang ditawarkan belum mampu menampilkan menu masakan Jepang seperti direstoran yang berada dikota lainnya, penampilan para karyawan yang masih berpakaian biasa juga belum bisa menampilkan konsep Jepang yang seutuhnya, kemudian suasana / dekorasi belum seutuhnya memperlihatkan karakteristik dari negara Jepang.
2. Berdasarkan pada hasil penelitian dan pembahasan bahwa sudah ada upaya pengelola dalam membuat strategi untuk mengatasi problematika diatas

namun masih dalam proses perencanaan dan waktu untuk mengatasi semua, hingga saat ini pihak pengelola sudah menambahkan beberapa stand *food* yang menyediakan aneka *dessert* khas Jepang, yang jelas pihak pengelola sangat memperhatikan kebutuhan pelanggannya dengan berupaya memenuhi semua kekurangan yang akan berdampak pada pelanggan.

5.2 Saran

Adapun masukan dari peneliti terhadap pengelola, yaitu :

1. Sebaiknya pihak pengelola menambah beberapa variasi menu masakan Jepang, yang tidak hanya dalam bentuk makanan rebus. Tetapi masakan yang lebih kaya akan cita rasa seperti menu *tempura*, *tepanyaki*, dan *sushi*. Sehingga ini akan membuat konsumen yang berkunjung ke restoran, akan memiliki pilihan menu masakan Jepang yang beragam. Tidak hanya dalam bentuk rebus. Hal ini juga akan mampu menjawab kepuasan konsumen dalam hal ekspektasi yang mungkin sesuai realita ketika berkunjung di restoran yang mengusung tema Jepang ini atau *specialities restaurant*. Sehingga memungkinkan konsumen akan berkunjung kembali. (*repeater guest*)
2. Strategi pengelola dalam hal penampilan karyawan dan pelatihan tata cara pelayanan Jepang tentu sudah baik. Akan lebih baik lagi jika penggunaan seragam/kimono yang digunakan untuk menampilkan negara Jepang tidak hanya dijadwalkan pada hari – hari tertentu. Tetapi alangkah baiknya digunakan setiap hari, sehingga para konsumen yang berkunjung dapat melihat kesesuaian konsep restoran dengan penampilan para pelayan. Ini tentu akan lebih membuat para konsumen untuk tertarik datang ke restoran ini.

3. Dalam hal dekorasi akan lebih baik jika lebih memberikan nuansa Jepang, seperti adanya beberapa ornamen – ornamen, lukisan – lukisan khas Jepang, sehingga membuat konsumen yang berkunjung lebih melihat adanya kesesuaian konsep yang menampilkan ciri khas Jepang, bisa juga dengan penambahan konsep restoran Jepang seperti adanya “*lesehan*”, *Showing Kitchen*, dan penggunaan *instrument music* Jepang. Tentu ini akan menambah kepuasan konsumen dalam hal penilaian keunikan suatu restoran. Karena dekorasi juga merupakan hal penting yang akan menarik minat konsumen untuk memutuskan makan disuatu restoran.

Daftar Pustaka

- Davis. 2008. *Analisa Meal Experience dan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Ulang Di Restoran Jepang Di Surabaya*. 2015. Diakses pada tanggal 8 April 2017 melalui <http://studentjournal.petra.ac.id/index.php/manajemen-perhotelan/article/view/2829/2536.pdf>.
- Hanefors. 2003. *Analisa Meal Experience dan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Ulang Di Restoran Jepang Di Surabaya*. 2015. Diakses pada tanggal 8 April 2017 melalui <http://studentjournal.petra.ac.id/index.php/manajemen-perhotelan/article/view/2829/2536.pdf>.
- Mills. 2000. *Analisa Meal Experience dan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Ulang Di Restoran Jepang Di Surabaya*. 2015. Diakses pada tanggal 8 April 2017 melalui <http://studentjournal.petra.ac.id/index.php/manajemen-perhotelan/article/view/2829/2536.pdf>.
- Marsum. 2013. *Definisi Restoran Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan*. Diakses pada tanggal 28 Maret 2017 melalui <https://rinakurniawati.wordpress.com/2013/01/11/definisi-restoran-kualitas-pelayanan-dan-kepuasan-pelanggan/>
- Mertayasa, I Gede Agus. 2012. *Food & Beverage Service Operational*. Penerbit CV Andi Offset. Denpasar
- Moleong, Lexy J. 2000. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Suwantoro. 1997. *Definisi Pariwisata*. Diakses pada tanggal 17 Maret 2017 melalui <http://23tourism.blogspot.co.id/2015/01/definisi-pariwisata.html>
- Suarthana. 2006. *Pengertian Restaurant Menurut Suarthana*. Diakses pada tanggal 24 Maret 2017 melalui <http://anggaotcoazt76.blogspot.co.id/2011/11/pengertian-restaurant-menurut-suarthana.html>
- Sugiyono, 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Jakarta: Alfabeta (diunduh pada tanggal 3 mei 2015)
- Soekresno. 2000. *Definisi Restoran Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan*. Diakses pada tanggal 28 Maret 2017 melalui <https://rinakurniawati.wordpress.com/2013/01/11/definisi-restoran-kualitas-pelayanan-dan-kepuasan-pelanggan/>

Tjandra, Catherine. 2015. *Analisa Meal Experience dan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Ulang Di Restoran Jepang Di Surabaya*. Diakses pada tanggal 8 April 2017 melalui <http://studentjournal.petra.ac.id/index.php/manajemen-perhotelan/article/view/2829/2536.pdf>.

Utama, I Gusti Bagus Rai & Ni Made Eka Mahadewi. 2012. Penerbit CV Andi Offset. Denpasar

Wiwoho, Ardjuno. 2008. *Pengetahuan Tata Hidang*. Erlangga. Jakarta.