

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dan analisis, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Faktor-faktor yang menurut konsumen penting dalam memilih suatu restoran/café adalah :
 - Banyak pilihan menu makanan
 - Cita rasa makanan yang lezat
 - Cita rasa minuman yang lezat
 - Kesegaran bahan makanan yang disajikan
 - Ketersediaan bahan pelengkap seperti saus, sambal, garam, merica di meja makan
 - Adanya iklan melalui media cetak
 - Adanya promosi berupa paket hemat
 - Kerapuhan penampilan pelayan yang melayani konsumen
 - Kebersihan makanan yang disajikan
 - Pelayan yang cepat tanggap dalam menerima order
 - Pelayan yang cepat tanggap dalam melayani transaksi pembayaran
 - Kecepatan penyajian makanan
 - Kecepatan penyajian minuman
2. Tingkat kepuasan konsumen yang berkunjung ke Black Pepper Steak Resto&Café yaitu sebagai berikut :
 - Banyak pilihan menu makanan $Z^* = 2.04$, kesimpulan : puas
 - Cita rasa makanan yang lezat $Z^* = 5.64$, kesimpulan : puas
 - Cita rasa minuman yang lezat $Z^* = 3.69$, kesimpulan : puas
 - Kesegaran bahan makanan yang disajikan $Z^* = 5.01$, kesimpulan : puas
 - Ketersediaan bahan pelengkap seperti saus, sambal, garam, merica di meja makan $Z^* = -4.29$, kesimpulan : tidak puas

- Adanya iklan melalui media cetak $Z^* = 1.50$, kesimpulan : puas
 - Adanya promosi berupa paket hemat $Z^* = -4.99$, kesimpulan : tidak puas
 - Kerapihan penampilan pelayan yang melayani konsumen $Z^* = 3.98$, kesimpulan : puas
 - Kebersihan makanan yang disajikan $Z^* = 6.70$, kesimpulan : puas
 - Pelayan yang cepat tanggap dalam menerima order $Z^* = 3.86$, kesimpulan : puas
 - Pelayan yang cepat tanggap dalam melayani transaksi pembayaran $Z^* = -4.47$, kesimpulan : tidak puas
 - Kecepatan penyajian makanan $Z^* = -4.98$, kesimpulan : tidak puas
 - Kecepatan penyajian minuman $Z^* = -4.40$, kesimpulan : tidak puas
3. *Segmenting, Targeting, Positioning* Black Pepper Steak Resto & Café

a. *Segmenting* :

1. Jenis Kelamin :

- Laki – laki
- Perempuan

2. Usia :

- 17 tahun \leq usia < 25 tahun
- 25 tahun \leq usia < 35 tahun
- 35 tahun \leq usia < 45 tahun
- \geq 45 tahun

1. Pekerjaan :

- Pelajar / Mahasiswa
- Pegawai Swasta
- Pegawai Negeri
- Wiraswasta

4. Untuk pelajar/mahasiswa, rata – rata uang saku per bulan :

- < 200.000

- 200.000 ≤ uang saku < 500.000
- 500.000 ≤ uang saku < 1.000.000
- 1.000.000 ≤ uang saku < 1.500.000
- ≥ 1.500.000

5. **Untuk pegawai**, rata – rata penghasilan per bulan :

- < 1.000.000
- 1.000.000 ≤ penghasilan < 2.000.000
- 2.000.000 ≤ penghasilan < 5.000.000
- 5.000.000 ≤ penghasilan < 10.000.000
- ≥ 10.000.000

6. Tujuan mengunjungi Black Pepper Steak Resto & Café untuk acara :

- makan
- menikmati suasana café
- ulang tahun kerabat
- acara kantor
- arisan
- mencoba suasana baru
- bersosialisasi/ngobrol dengan kerabat

7. Kedatangan :

- sendirian
- bersama teman - teman
- bersama relasi/rekan kerja
- berdua dengan pasangan
- bersama keluarga

8. Tempat tinggal :

- Bandung Utara
- Bandung Selatan
- Bandung Tengah
- Bandung Barat
- Bandung Timur
- Jakarta

b. Targetting :

- Jenis kelamin : Pria dan wanita
- Usia : 17-35 tahun
- Pekerjaan : pelajar/mahasiswa, pegawai swasta serta wiraswasta.
- Uang saku : Rp 500.000-Rp1.000.000 per bulan (ekonomi menengah)
- Penghasilan : Rp2.000.000-Rp5.000.000 per bulan (ekonomi menengah)
- Acara : makan dan bersosialisasi/mengobrol dengan kerabat.
- Kedatangan : bersama teman, bersama pasangan serta bersama keluarga.
- Tempat tinggal : Bandung.

c. Positioning :

Berdasarkan analisis segmenting dan targetting yang telah dilakukan, Black Pepper Steak Resto & Café sebaiknya melakukan positioning sebagai café dengan letak strategis di tengah kota yang memberikan kualitas makanan terbaik dengan harga yang terjangkau dan kualitas pelayanan terbaik dengan dedikasi yang tinggi

4. Usulan bagi Black Pepper Steak Resto & Café :

- a. Dari segi *product* ada 2 hal yang perlu diperhatikan, yaitu :
- Konsumen merasa tidak puas pada atribut 6 (prioritas nomor 5) yaitu mengenai ketersediaan bahan pelengkap seperti saus, sambal, garam, merica di meja makan. Pada saat ini ketersediaan bahan pelengkap seperti saus, sambal, garam, merica di meja makan oleh Black Pepper Steak Resto & Café telah ada, namun kadang-kadang ketersediaannya di beberapa meja yang kurang lengkap, sehingga konsumen harus meminta pada pelayan. Atau pernah juga terjadi salah satu bahan pelengkap tersebut habis dan belum diisi ulang oleh pelayan. Pihak manajemen sebaiknya lebih memperhatikan ketersediaan bahan pelengkap seperti saus, sambal, garam, merica di setiap meja makan serta selalu mengawasi persediaannya di setiap meja agar saat habis selalu terisi kembali. Pelayan

sebaiknya selalu mengecek ketersediaan bahan pelengkap di meja makan pada saat pelayan membersihkan meja makan.

- Dari analisis targetting, konsumen datang ke Black Pepper Steak Resto & Café bersama teman, pasangan serta keluarga. Hal ini mengindikasikan bahwa konsumen yang datang biasanya bersama-sama atau dengan kata lain lebih dari 1 orang. Oleh karena itu, pihak Black Pepper Steak Resto & Café sebaiknya menyediakan paket hemat berdua, bertiga atau berempat yang terdiri dari *appetizer*, *main course* dan *beverages*. Dengan demikian volume penjualan akan meningkat.
- b. Dari segi *price*, target pasar café berada tingkat ekonomi menengah dan memiliki pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa, pegawai swasta serta wiraswasta. Agar pihak manajemen mampu mencapai target pasar ini, maka strategi pemasaran saat ini dimana pihak manajemen memang menyediakan makanan dengan harga yang terjangkau perlu tetap dipertahankan.
- c. Dari segi *place*, pada saat ini suhu udara di dalam café cukup sejuk sehingga perlu tetap dipertahankan, pencahayaan di dalam café juga cukup terang sehingga perlu tetap dipertahankan karena kedua hal ini mempengaruhi kenyamanan konsumen yang berkunjung ke café.
- d. Dari segi *promotion*, pada saat ini di Black Pepper Steak Resto & Café ada promosi berupa paket hemat namun hanya pada *event-event* tertentu seperti *Christmas*, *New year*, *Valentine's day*. Konsumen merasa tidak puas pada atribut 13 (prioritas nomor 1) yaitu adanya promosi berupa paket hemat, oleh karena itu pihak manajemen sebaiknya menyediakan promosi berupa paket hemat agar dapat memuaskan konsumen yang datang ke Black Pepper Steak Resto & Café. Promosi paket hemat yang dapat dilakukan diantaranya adalah :
 - Paket hemat khusus pada jam 11.00–17.00 untuk semua konsumen Black Pepper Steak Resto & Café. Pemilihan jam 11.00-17.00 dikarenakan yang pertama biasanya pada jam ini café kurang ramai. Yang kedua karena target pasar Black Pepper Steak Resto & Café salah satunya adalah pekerja swasta dan wiraswasta maka jam ini cocok bagi mereka karena biasanya pekerja beristirahat antara jam ini.

- Karena target pasar Black Pepper Steak Resto & Café salah satunya adalah pelajar/mahasiswa, maka sebaiknya Black Pepper Steak Resto & Café memberikan *discount* khusus bagi pemegang kartu pelajar/mahasiswa.
- e. Dari segi *people*, berdasarkan analisis *positioning* Black Pepper Steak Resto & Café di mana café memberikan kualitas makanan terbaik dengan harga yang terjangkau dan kualitas pelayanan terbaik dengan dedikasi yang tinggi maka pihak manajemen perlu terus menjaga kualitas pelayanan yang diberikan diantaranya selalu menjaga keramahan, kesopanan serta kerapihan penampilan pelayan yang melayani konsumen.
- f. Dari segi *physical evidence*, pihak manajemen café perlu terus menjaga kebersihan café, kebersihan makanan dan minuman yang disajikan, kenyamanan interior café, kenyamanan kursi dan meja.
- g. Dari segi *process*, ada 2 hal yang perlu diperhatikan, yaitu :
 - Konsumen merasa tidak puas pada atribut 26 (prioritas nomor 2) dan 27 (prioritas nomor 4) yaitu mengenai kecepatan penyajian makanan dan minuman, oleh karena itu perlu adanya evaluasi bagi pihak manajemen bagaimana caranya agar makanan dan minuman dapat lebih cepat disajikan. Evaluasi ini untuk mengetahui penyebab utama keterlambatan penyajian makanan dan minuman. Berdasarkan pengamatan peneliti dan melalui wawancara dengan manajer operasional, keterlambatan pada penyajian makanan seringkali dikarenakan café yang memang cukup ramai dikunjungi, hal ini biasanya terjadi pada hari Sabtu, Minggu atau hari libur. Pihak manajemen selalu menjaga kesegaran makanan dan minuman yang disajikan, sehingga makanan dan minuman selalu dibuat sesaat sebelum disajikan atau dengan kata lain selalu fresh. Karena hal ini tidak dapat dihindari apabila café sedang ramai jadi pihak manajemen café bisa mengambil strategi menyediakan *welcome snack* sebelum pesanan konsumen tiba. Hal ini bertujuan untuk menghindari pelanggan yang kesal karena menunggu pesanan yang belum datang. Hal ini selain menghindari pelanggan yang kesal menunggu pesanan, juga bisa menjadi

nilai tambah bagi Black Pepper Steak Resto & Café agar konsumen semakin senang berkunjung.

- Konsumen merasa tidak puas pada atribut 24 (prioritas nomor 3) yaitu mengenai pelayan yang cepat tanggap dalam melayani transaksi pembayaran. Pada saat ini, proses pembayaran memang biasanya melalui pelayan sebagai perantara bagi cashier dan konsumen. Pada saat ini, order pembelian, penyajian makanan dan minuman, serta transaksi pembayaran dilayani oleh pelayan yang sama, sehingga seringkali pelanggan harus menunggu sementara pelayan itu mengerjakan pekerjaan yang lain. Agar konsumen tidak terlalu lama menunggu sebaiknya pelayan di-*training* kembali agar kinerja lebih baik lagi dari sekarang.

6.2 Saran

Saran untuk Black Pepper Steak Resto & Café :

Sebaiknya pihak manajemen mempertimbangkan penerapan usulan strategi *marketing* yang diperoleh dari penelitian ini.

Saran untuk penelitian selanjutnya :

1. Dilakukan penelitian mengenai persaingan café – café di kota Bandung agar Black Pepper Steak Resto & Café bisa mengetahui kelemahan dan keunggulan café-nya dibandingkan café lain di kota Bandung.
2. Penelitian mengenai kepuasan konsumen sebaiknya dilakukan secara rutin dan berkala oleh pihak manajemen café agar café dapat selalu memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan.