

## BAB 6

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 6.1 Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil kuesioner pendahuluan, maka pesaing restoran Grand Eastern adalah The Duck King dan Eastern.
2. Faktor-faktor yang dipentingkan oleh konsumen dalam memilih restoran Chinese Food adalah:

**Tabel 6.1**  
Faktor-faktor Kepentingan Konsumen

<i>Product</i>	
1	Kelengkapan makanan sesuai dengan yang tertulis di menu
2	Kebersihan makanan yang disajikan
3	Kesegaran bahan makanan yang disajikan
4	Rasa makanan yang disajikan
5	Rasa minuman yang disajikan
6	Variasi menu makanan
<i>Price</i>	
7	Kesesuaian harga dengan kualitas makanan
8	Kesesuaian harga dengan kualitas minuman
9	Terdapat potongan harga untuk pemakaian kartu kredit tertentu
<i>Physical Evidence</i>	
10	Temperatur ruangan restoran
11	Kebersihan kamar mandi
12	Keramahan pelayan restoran
<i>People</i>	
13	Ketanggapan pelayan restoran terhadap keinginan pelanggan
14	Pengetahuan pelayan restoran terhadap menu makanan
<i>Process</i>	
15	Ketepatan proses pembayaran
16	Penyajian makanan sesuai dengan pesanan
17	Penyajian minuman sesuai dengan pesanan
18	Kecepatan proses penyajian makanan
19	Ketersediaan pembayaran dengan kartu kredit

3. Tingkat Kepuasan konsumen dalam restoran Grand Eastern adalah sebagai berikut ini:

**Tabel 6.2**  
Tingkat Kepuasan Konsumen Restoran Grand Eastern

Pernyataan no	Variabel	TP	P	CP	SP
1	Kelengkapan makanan sesuai dengan tertulis di menu	13%	52%	32%	4%
2	Kebersihan makanan yang disajikan	17%	52%	29%	3%
3	Kebersihan minuman yang disajikan	5%	62%	32%	2%
4	Kesegaran bahan makanan yang disajikan	2%	38%	46%	15%
5	Kesegaran bahan minuman yang disajikan	1%	38%	60%	1%
6	Porsi makanan sesuai dengan kebutuhan	22%	45%	33%	0%
7	Rasa makanan yang disajikan	0%	33%	62%	6%
8	Rasa minuman yang disajikan	0%	27%	67%	7%
9	Keunikan makanan	0%	30%	61%	9%
10	Variasi menu makanan	19%	59%	20%	2%
11	Kesesuaian harga di struk dengan daftar menu	35%	48%	17%	0%
12	Kesesuaian harga dengan kualitas makanan	0%	41%	52%	8%
13	Kesesuaian harga dengan kualitas minuman	0%	28%	61%	11%
14	Harga makanan yang sesuai dengan porsi makanan	0%	40%	60%	0%
15	Harga makanan yang sebanding dengan pesaing	28%	56%	16%	0%
16	Tersedianya harga pada daftar menu	16%	20%	64%	0%
17	Promosi dilakukan melalui spanduk besar	8%	49%	43%	0%
18	Terdapat potongan harga untuk pemakaian kartu kredit tertentu	0%	35%	33%	32%
19	Terdapat potongan harga pada hari-hari tertentu	9%	63%	15%	13%
20	Tersedianya kursi tunggu	26%	35%	30%	9%
21	Tempat parkir yang luas	0%	33%	50%	18%
22	Keamanan lokasi parkir	10%	23%	48%	19%
23	Temperatur ruangan restoran	0%	33%	58%	10%
24	Kerapihan ruangan restoran rapi	0%	34%	58%	8%
25	Kebersihan kamar mandi	0%	43%	48%	10%
26	Penataan meja dan kursi tertata rapi	0%	19%	63%	18%
27	Keleluasaan pergerakan ketika makan	0%	26%	74%	0%
28	Keramahan pelayan restoran	0%	34%	58%	8%
29	Kebersihan pelayan restoran	0%	48%	48%	5%
30	Ketanggapan pelayan restoran terhadap keinginan pelanggan	9%	40%	44%	7%
31	Pengetahuan pelayan restoran terhadap menu makanan	19%	31%	44%	6%
32	Kecepatan proses pembayaran	13%	37%	43%	8%
33	Ketepatan proses pembayaran	13%	41%	33%	14%
34	Penyajian makanan sesuai dengan pesanan	11%	27%	39%	23%
35	Penyajian minuman sesuai dengan pesanan	1%	30%	43%	27%
36	Kecepatan proses penyajian makanan	8%	51%	34%	8%
37	Kecepatan proses penyajian minuman	0%	58%	33%	10%
38	Ketersediaan pembayaran dengan kartu kredit	0%	26%	49%	25%
39	Ketersediaan pembayaran dengan kartu debit	0%	19%	56%	25%

4. Berikut ini adalah *segmentation*, *targeting* dan *positioning* restoran Grand Eastern:

➤ ***Segmentation***

*Segmentation* pada penelitian ini, terdiri dari:

**Segmentasi Demografi**

✓ **Usia**

Segmentasi ini terbagi menjadi: < 14 tahun (0%), 15 tahun – 19 tahun (17%), 20 tahun – 29 tahun (18%), 30 tahun – 39 tahun (34%) dan > 40 (32%) tahun. Segmentasi usia ini berdasarkan pada buku “Membidik Pasar Indonesia” oleh Rhenald Kasali.

✓ **Pekerjaan**

Segmentasi ini dibagi menjadi: wiraswasata (46%), pegawai kantor (8%), pelajar/ mahasiswa/ mahasiswi (32%), ibu rumah tangga (15%), dll.

✓ **Pendapatan/ Uang Saku**

Segmentasi ini dibagi menjadi: < Rp 1.500.000 (5%), Rp 1.500.000 – Rp 2.999.999 (56%), Rp 3.000.000 – Rp 4.499.999 (27%), > Rp 5.000.000 (12%). Segmentasi ini di bagi menjadi: <Rp 1.000.000 (8%), Rp 1.000.000 – Rp 1.499.999 (53%), Rp 1.500.000 – Rp 1.999.999 (34%), >Rp 2.000.000 (5%).

**Segmentasi Geografi**

✓ **Tempat Tinggal**

Segmentasi ini dibagi menjadi: Bandung Utara (21%), Bandung Selatan (13%), Bandung Tengah (14%), Bandung Timur (23%), Bandung Barat (29%), dll.

**Segmentasi Perilaku**

✓ **Frekuensi Makan *Chinese Food***

Segmentasi ini dibagi menjadi: < 2 kali (17%), 2 – 3 kali (25%), 4 – 5 kali (50%), lebih dari 6 kali (8%).

- ✓ Estimasi Pengeluaran  
Segmentasi estimasi pengeluaran pada restoran *Chinese Food Grand Eastern* dibagi menjadi: Rp 30.000 – Rp 40.000 (2%), Rp 40.001 – Rp 50.000 (21%), Rp 50.001 – Rp 60.000 (57%), > Rp 60.001 (21%).
- ✓ Bersama siapa ke restoran *Chinese Food*  
Segmentasi ini pada restoran *Chinese Food Grand Eastern* dibagi menjadi: Teman (38%), keluarga (46%), rekan kerja (17%), dll.
- ✓ Pengetahuan informasi *Chinese Food*  
Segmentasi ini pada restoran *Chinese Food Grand Eastern* dibagi menjadi: Dari teman (55%), dari spanduk (4%), dari majalah (10%), dari koran (15%) dan lainnya (8%).
- ✓ Suasana Restoran  
Segmentasi ini dibagi menjadi: modern (53%), tradisional (47%) dan lainnya.
- ✓ Kartu kredit yang digunakan  
Segmentasi ini dibagi menjadi: BCA (38%), Mandiri (27%), Mega (14%), BNI(13%) dan lainnya(8%).
- ✓ Tujuan  
Segmentasi ini dibagi menjadi: untuk merayakan ulang tahun (8%), untuk mengadakan rapat (8%), untuk merayakan tahun baru imlek (13%), untuk merayakan natal (9%), untuk berkumpul bersama keluarga (34%), untuk berkumpul bersama teman (28%) dan lainnya.
- ✓ Radio yang sering di dengar  
Segmentasi ini dibagi menjadi: Ninetyniners radio (28%), OZ (19%), Ardan (32%), Raka (17%) dan lainnya (4%).
- ✓ Koran yang sering dibaca  
Pikiran Rakyat (33%), Kompas (27%), Seputar Indonesia (23%), Tribun Jabar (8%), dan lainnya (8%).
- ✓ Pengetahuan Grand Eastern  
Segmentasi ini dibagi menjadi: rasa makanan yang enak 14%, harga makanan sesuai dengan kualitas 5%, rasa makanan yang mahal 24%,

suasana restoran yang mahal 24%, suasana restoran yang nyaman 2%, lokasi restoran macat 14%, lokasi restoran sering dilalui 15%, dan ketersediaan makanan 15%.

- ✓ Makanan yang paling disukai di Grand Eastern

Segmentasi ini dibagi menjadi: dimsum/ dimsum (39%), suki yaki (17%), bebek panggang (36%) dan lainnya(8%).

### ➤ Targeting

**Tabel 6.4**  
*Targetting*

Segmentasi	Targetting Sekarang	Targetting Kuesioner	Targetting Usulan
Pekerjaan	Ibu rumah tangga/ wiraswasta	wiraswasta (46%), pelajar/ mahasiswa/ mahasiswi (32%)	targetting ditambah untuk mahasiswa/i dan pelajar
Pendapatan	di atas 3 juta rupiah	diatas 1,5 juta rupiah (95%)	1,5 juta ke atas
Uang saku	di atas 2 juta rupiah	diatas 1 juta rupiah (92%)	adalah 1 juta ke atas
Estimasi Pengeluaran	diatas Rp 60.000	Rp 50.000 - Rp 60.000 (57%)	Rp 50.000 - Rp 60.000
Bersama siapa ke restoran <i>Chinese Food</i>	bersama keluarga	bersama keluarga (46%)	bersama keluarga
Tujuan	untuk berkumpul bersama keluarga	untuk berkumpul bersama keluarga	untuk berkumpul bersama keluarga
Makanan yang paling disukai	Dimsum	Dimsum (39%)	Dimsum

### ➤ Positioning

**Tabel 6.5**  
*Positioning*

Positioning sekarang	Positioning Usulan
Restoran keluarga yang mewah untuk pelanggan <i>high class</i> dengan pelayanan yang memuaskan konsumen dan rasa makanan yang enak	<i>Positioning: Great taste</i> Yaitu konsepnya: Restoran keluarga eksklusif dengan rasa makanan yang enak (unik dan khas), kualitas masakan yang memuaskan dan <i>service</i> yang memuaskan

5. Usulan-usulan untuk restoran Grand Eastern adalah berikut ini:
  - Restoran Grand Eastern mempersilahkan pelanggan untuk duduk di meja makan ketika menunggu.

- Restoran Grand Eastern dengan menyajikan *snack* untuk mengurangi waktu tunggu.
- Restoran Grand Eastern lebih melakukan pendekatan dengan konsumen dengan menanyakan saran terhadap menu yang telah disajikan.
- Restoran Grand Eastern lebih memperhatikan kualitas minuman seperti kepekatan teh atau kepekatan sari buah agar sesuai dengan menetapkan harga untuk minuman.
- Pelayan melayani satu group konsumen. Sehingga apapun yang diinginkan konsumen dapat di tangani dengan sigap tanpa menunggu pelayan yang lainnya untuk melayani konsumen.
- Grand Eastern membenahi pelayan-pelayan restoran Grand Eastern dengan pengetahuan menu-menu yang akan disediakan kepada konsumen.
- Restoran Grand Eastern menyediakan *valet parking*.
- Restoran Grand Eastern menyediakan kipas angin dan memperhatikan ventilasi.
- Restoran Grand Eastern lebih mengingatkan kepada pelayan restoran agar selalu bersikap ramah terhadap konsumen.
- Pelayan restoran memakai pakaian yang bersih untuk melayani konsumen bebas dari bekas-bekas makanan atau minuman. Serta selalu membersihkan seragam dalam periode waktu tertentu.
- Pelayan restoran selalu menyediakan dan mempersiapkan bahan-bahan untuk minuman serta menyusunnya dengan rapi.
- Restoran Grand Eastern mencoba melakukan studi banding mengenai harga makanan.
- Pelayan restoran dapat dengan sigap menangani konsumen yang ingin melakukan pembayaran. Sistem pembayaran yang sistematis, seperti data-data makanan yang dimakan telah diinput terlebih dahulu, sehingga proses pembayaran semakin cepat.
- Pelayan restoran Grand Eastern dapat dengan teliti menyediakan pesanan minuman, mengecek kembali pesanan serta memberitahu kepada konsumen ketika menyuguhkan minuman tersebut.

- Restoran Grand Eastern tidak menyimpan buah dan bubuk teh dalam waktu yang lama. Serta dengan rutin memperhatikan kondisi sayur, buah dan teh agar tidak busuk atau tersimpan dalam waktu yang lama.
- Restoran Grand Eastern memperhatikan rasa minuman yang disajikan agar sesuai dengan takaran.
- Restoran Grand Eastern lebih memperhatikan kualitas makanan disesuaikan dengan harga agar harga yang diberikan sesuai dengan harganya.
- Mengingatkan pegawai parkir lebih sigap dan siaga, serta lebih memperhatikan mobil yang masuk dan keluar.
- Restoran Grand Eastern lebih memperhatikan penataan kursi dan meja.
- Pegawai restoran Grand Eastern selalu mengecek kecocokan antara menu yang disajikan dengan menu yang dipesan.
- Koki selalu menyajikan makanan dengan porsi yang standar dengan ukuran yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan.
- Restoran Grand Eastern menyediakan makanan yang lebih bervariasi dengan mempelajari menu baru.
- Restoran Grand Eastern mengubah daftar menu jika terjadi kenaikan harga atau penurunan harga.
- Restoran Grand Eastern mencetak menu makanan dengan terdapat harga dengan ukuran tulisan yang dapat dilihat dengan jelas.
- Restoran Grand Eastern dapat melakukan promosi melalui spanduk besar di jalan-jalan besar, di depan rambu lalu lintas, atau di tempat-tempat yang mudah dilihat oleh konsumen. Adapun promosi-promosi usulan antara lain:
  - Promosi pada saat resepsi pernikahan.
  - Promosi melalui koran Pikiran Rakyat.
- Restoran Grand Eastern dapat memperkirakan dengan tepat porsi makanan yang disediakan dengan harga yang telah ditetapkan.
- Restoran Grand Eastern memperhatikan kapasitas meja dengan kursi agar sesuai dan memperhatikan ukuran meja dan kursi sehingga ketika makan lebih leluasa.

- Restoran Grand Eastern adalah dengan memberikan keterangan disetiap meja bahwa restoran Grand Eastern menerima pembayaran dengan kartu kredit tertentu.
- Koki atau pelayan yang bagian memasak memakai topi koki atau penutup kepala, membersihkan tangannya sebelum menyediakan makanan. Bahan makanan dicuci secara bersih sehingga bebas dari ulat, hewan atau kotoran lainnya. Kebersihan piring, sendok dan peralatan makan lainnya dibersihkan dengan seksama.
- Restoran Grand Eastern memperhatikan kebersihan bahan minuman.
- Restoran Grand Eastern lebih memperhatikan jumlah stok bahan baku dalam restoran.

#### 6. Analisis citra pada restoran Grand Eastern

##### 1) Tahap Perkenalan

Hanya 73% orang yang mengenal Grand Eastern, dengan proporsi 20% Bandung Utara, 11% Bandung Selatan, 13% Bandung Tengah, 9% Bandung Timur, 20% Bandung Barat. Sumber kesadaran konsumen sebagian besar berasal dari teman/ keluarga.

##### 2) Tahap Pengetahuan

Secara keseluruhan, restoran Grand Eastern dianggap sebagai:

1. Restoran yang menyediakan makanan enak.
2. Restoran yang menyediakan makanan dengan harga yang mahal dan sesuai kualitas.
3. Lokasi restoran berada di tempat yang macat dan sering dilalui.
4. Menu makanan restoran Grand Eastern yang terkenal adalah dimsum.

##### 3) Tahap Kesukaan

Sebagian besar ketidaksukaan konsumen terhadap restoran Grand Eastern adalah harga nya yang relatif mahal. Selain itu, ketidaksukaan konsumen adalah karena rasa makanan yang kurang enak di



bandingkan pesaing, lokasi berada di tempat macet, kurang pengetahuan tentang menu dan bangunan yang kurang menarik.

4) Tahap Preferensi

Dari hasil di atas, kompetitor yang mendapat bagian yang cukup banyak adalah Eastern, The Duck King dan Pokatiam. Alasan kelebihan sukaan terhadap restoran lain adalah harga yang lebih terjangkau, rasa makanan lebih enak dan bervariasi dan lokasi restoran yang di Mal

5) Tahap Keyakinan

Alasan yang paling besar dari konsumen mengenai ketidak yakinan untuk makan di restoran Grand Eastern adalah tidak ada kesempatan. Sedangkan alasan yang paling besar dari konsumen untuk keyakinan makan di restoran Grand Eastern adalah rasa makanan yang enak dan ajakan keluarga/teman.

6) Tahap Pembelian

Alasan pembelian untuk menjadi yang paling sesuai adalah rasa yang sesuai dengan selera. Dan alasan tidak menjadi pelanggan tetap adalah karena harga makanan di restoran Grand Eastern yang cukup mahal.

## 6.2 Saran

Saran Peneliti untuk penelitian selanjutnya di Restoran Grand Eastern adalah:

1. Peneliti menyarankan untuk meneliti tentang tahapan komunikasi lebih lanjut. Hal ini untuk mengetahui sasaran komunikasi yang lebih tepat dalam mengkomunikasikan restoran Grand Eastern.
2. Peneliti menyarankan untuk meneliti tentang *Brand Image* restoran Grand Eastern lebih lanjut. Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui strategi pemasaran yang tepat untuk membuat restoran Grand Eastern dapat diingat oleh konsumen.
3. Peneliti menyarankan untuk meneliti sistem informasi manajemen dalam restoran Grand Eastern. Penelitian ini diusulkan untuk memperbaiki system informasi dalam restoran Grand Eastern.

4. Peneliti menyarankan untuk meneliti mengenai SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity* dan *Threat*) dari restoran Grand Eastern. Penelitian ini untuk mengetahui kelemahan, kekuatan, kesempatan dan ancaman restoran Grand Eastern dalam lingkungan bisnis, baik di bandingkan dengan pesaing maupun internal.