

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang dilakukan, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Nilai utilitarian yang diterima oleh konsumen dari pengalaman makan di Holycow memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen.
2. Nilai hedonik yang diterima konsumen dari pengalaman makan di Holycow memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen.
3. Nilai utilitarian yang diterima oleh konsumen dari pengalaman makan di Holycow tidak berpengaruh terhadap niat berperilaku .
4. Nilai hedonik yang diterima oleh konsumen dari pengalaman makan di Holycow memiliki pengaruh positif signifikan terhadap niat berperilaku.
5. Kepuasan konsumen yang diterima oleh konsumen dari pengalaman makan di Holycow memiliki pengaruh positif signifikan terhadap niat berperilaku.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan maka saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Dapat memberikan tambahan informasi mengenai kepuasan konsumen

yang didapat pada saat menikmati makan di Holycow. Holycow harus mampu mempertahankan konsep yang telah ditawarkan dan tetap memberikan tempat yang nyaman serta pelayanan yang memuaskan kepada konsumennya.

2. Bagi Akademis

Diharapkan dapat memberikan tambahan ilmu pengetahuan dan menjadi pembuktian untuk memperkuat teori-teori mengenai variabel atau permasalahan yang diteliti yaitu tentang pengaruh nilai utilitarian dan nilai hedonik terhadap kepuasan konsumen dan niat berperilaku pada industri restoran

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Pada penelitian selanjutnya diharapkan dilakukan penelitian kepada jenis restoran lain dan hendaknya dilakukan pada jenis perusahaan lain yang masih termasuk ke dalam kategori jasa. Selanjutnya penelitian hendaknya dilakukan kepada restoran lain, pada wilayah tidak terbatas hanya di Yogyakarta saja.

C. Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini memiliki keterbatasan dalam pelaksanaannya, sehingga dapat berpengaruh terhadap hasil penelitian yang diperoleh secara keseluruhan.

1. Penelitian hanya dilakukan di satu restoran saja yaitu Holycow Yogyakarta.
2. Sampel yang digunakan hanya 160 responden.

3. Penelitian ini hanya memfokuskan terhadap nilai utilitarian, nilai hedonik, kepuasan konsumen dan niat berperilaku konsumen, sebaiknya penelitian selanjutnya agar bisa melakukan pengembangan dengan variabel lain yang dapat meningkatkan niat berperilaku konsumen dengan pengambilan subjek yang tepat.