

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan pada peta Pemosisian restoran cepat saji di Bandar Lampung diketahui bahwa masing-masing restoran cepat saji mempunyai posisi yang hampir mirip, posisi restoran cepat saji sangat dipengaruhi oleh persepsi pada masing masing restoran cepat saji. Maka bisa disimpulkan sebagai berikut :

1. Pada keempat atribut pertama, yaitu cita rasa, harga, variasi produk dan porsi menu, A&W dan Richeese Factory dinilai memiliki kemiripan yang berarti Richeese Factory merupakan pesaing langsung dari A&W, McDonald's dan Hokka Hokka Bento juga memiliki kemiripan yang berarti Hokka Hokka Bento merupakan pesaing langsung dari McDonald's pada keempat atribut pertama tersebut. Sedangkan KFC berbeda dengan restoran cepat saji lainnya, memiliki koordinat tertinggi dari kedua dimensi tersebut, dan letak koordinatnya berjauhan dari restoran cepat saji lainnya, yang berarti tidak ada pesaing langsung KFC dalam keempat atribut pertama.
2. Pada atribut terakhir (kelima) yaitu pelayanan, A&W yang paling berbeda dengan restoran cepat saji lainnya yang berarti A&W tidak memiliki pesaing langsung dari segi pelayanan.
3. Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa dari kelima restoran cepat saji, KFC yang paling berbeda (tidak banyak pesaing langsung) dari kelima atribut kecuali atribut pelayanan.

5.2 Saran

Berdasarkan analisis hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang telah dibahas sebelumnya, ada beberapa saran untuk restoran cepat saji :

- a. KFC perlu mempertahankan pemosisiannya pada kelima atribut dan perlu meningkatkan sedikit kualitas layanan, tetapi diharapkan tetap waspada karena persaingan di industri makanan relatif meningkat.
- b. McDonalds perlu meningkatkan pemosisiannya pada kelima atribut, dengan memperhatikan aspek aspek tertentu sehingga mampu menjadi lebih baik untuk mengatasi persaingan.
- c. Hokka Hokka Bento perlu meningkatkan pemosisiannya pada kelima atribut, dengan memperhatikan kebutuhan kebutuhan konsumen untuk mampu bersaing dengan lebih baik kedepannya.
- d. A&W perlu lebih memfokuskan pada pemosisian produk pada keempat atribut pertama, dan mempertahankan kualitas pelayanan.
- e. Richeese Factory perlu memperhatikan kelima atribut meliputi cita rasa, harga, variasi produk, porsi menu dan pelayanan, sehingga diharapkan mampu meningkatkan penjualan untuk kedepannya.