

## **BAB V**

### **KESIMPULAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 40 responden konsumen Restoran Joglo Dau Malang, dapat disimpulkan bahwa fotografi makanan memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap pemasaran dan pilihan konsumen. Kualitas fotografi makanan profesional dengan pencahayaan yang baik terbukti sangat berpengaruh terhadap daya tarik konsumen untuk mengunjungi restoran. Fotografi profesional juga meningkatkan ekspektasi konsumen terhadap rasa dan kualitas makanan secara signifikan. Namun, penelitian ini menemukan kesenjangan yang signifikan antara ekspektasi yang dibentuk foto makanan dengan pengalaman aktual konsumen, yang berpotensi menyebabkan kekecewaan ketika realitas tidak sesuai ekspektasi. Dalam analisis pengaruh simultan, model regresi berganda menunjukkan bahwa hanya ekspektasi kualitas yang berpengaruh signifikan terhadap daya tarik konsumen, sementara intensi pembelian dan preferensi natural tidak signifikan dalam model multivariat. Hal ini mengonfirmasi peran dominan ekspektasi profesional terhadap daya tarik konsumen dalam industri kuliner. Penelitian ini memiliki keterbatasan dengan sampel yang terbatas pada 40 responden di satu lokasi restoran, sehingga generalisasi hasil perlu dilakukan dengan hati-hati. Penelitian ini menemukan bahwa fotografi makanan merupakan faktor signifikan dalam mempengaruhi keputusan konsumen, meskipun masih terdapat faktor-faktor lain yang belum dieksplorasi dalam penelitian ini.

## 5.1. Saran

Saran kepada bisnis restoran sebaiknya memprioritaskan elemen pencahayaan yang baik dan komposisi yang menarik dalam setiap foto makanan yang dipublikasikan di media sosial atau platform pemasaran digital. Sebaiknya kepada fotografer, pemahaman yang mendalam bahwa fotografi makanan bukan hanya tentang aspek estetika semata, tetapi juga tentang menciptakan ekspektasi konsumen yang realistis dan dapat dipenuhi oleh produk aktual sangat diperlukan untuk menjaga kredibilitas dan kepuasan pelanggan jangka panjang. dengan untuk para konsumen Penting bagi konsumen memahami bahwa foto makanan profesional mungkin tidak selalu merepresentasikan pengalaman konsumsi aktual secara akurat, sehingga perlu mempertimbangkan faktor-faktor lain seperti *review*, reputasi restoran, dan rekomendasi dari sumber terpercaya. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas cakupan geografis dan mengeksplorasi variabel moderasi lain seperti usia dan pendapatan konsumen.