

BAB V

PENUTUP

1.1. Kesimpulan

Masyarakat menengah ke atas di Surabaya memiliki minat yang tinggi terhadap restoran *fine dining* Perancis. Faktor utama yang mempengaruhi minat mereka adalah kualitas makanan yang tinggi, konsumen mengharapkan pengalaman kuliner yang memuaskan dari berbagai aspek, termasuk penggunaan bahan premium dan teknik memasak yang rumit khas Perancis. Pelayanan yang ramah dan profesional merupakan keharusan yang dituntut oleh kedua belah pihak sebagai alat komunikasi satu sama lain dan atmosfer restoran yang elegan dan nyaman memainkan peran penting dalam menciptakan suasana yang istimewa, sementara citra merek yang kuat dengan reputasi yang baik juga mempengaruhi minat konsumen dalam memilih referensi restoran yang hendak dikunjungi. Motivasi utama konsumen dalam mengunjungi restoran *fine dining* ialah untuk merayakan acara khusus ataupun didorong oleh ajakan dari teman dan rasa ingin tahu tentang hidangan Perancis. Dengan kualitas standar dan minat yang tinggi restoran *fine dining* Perancis di Surabaya mampu menjadi peluang bisnis yang berhasil di salah satu kota besar yang ada di Indonesia.

1.2. Saran

Berdasarkan penelitian maka diberikan beberapa saran sebagai berikut:

1) Bagi pelaku bisnis:

Perlu adanya diversifikasi menu yang mana menggabungkan cita rasa Perancis ataupun teknik dengan cita rasa lokal sehingga menarik konsumen lokal.

2) Bagi warga Surabaya:

Perlu untuk memberikan edukasi terhadap diri sendiri mengenai *fine dining* sehingga dapat memahami standar dan kualitas yang di tawarkan restoran.

3) Bagi restoran *fine dining*:

Perlu adanya perluasan sampel dengan skala yang lebih besar untuk penelitian selanjutnya agar dapat memperoleh hasil penelitian yang lebih dalam.

5.3 Limitasi Penelitian

Studi tentang perilaku konsumen di restoran fine dining memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Pertama, hasil yang diperoleh mungkin tidak dapat diterapkan secara langsung pada semua jenis restoran mewah atau di seluruh lokasi geografis karena variasi karakteristik demografi dan budaya konsumen. Kedua, ukuran sampel yang terbatas dapat mempengaruhi representasi populasi konsumen fine dining secara keseluruhan, sehingga penelitian lebih lanjut dengan sampel yang lebih besar perlu dilakukan. Ketiga, metode pengumpulan data seperti survei atau wawancara dapat mempengaruhi hasil tergantung kejujuran dan keakuratan jawaban responden. Terakhir, faktor eksternal seperti tren pasar dan perubahan preferensi konsumen juga dapat mempengaruhi perilaku konsumen, yang tidak selalu dapat dikontrol dalam penelitian ini.

5.4 Implikasi studi

Implikasi studi merujuk pada konsekuensi atau dampak dari temuan dan hasil penelitian terhadap kebijakan, praktik bisnis, pendidikan, pengembangan masyarakat, pengembangan teori, dan pertimbangan etika serta sosial.

1) Bagi pelaku bisnis:

- a. Terus tingkatkan kualitas layanan dengan memberikan pelatihan rutin bagi staf pekerja serta mengedukasi mereka mengenai kultur *fine dining* Perancis.
- b. Kelola ulasan dari pelanggan dengan serius dan lakukan perbaikan berdasarkan saran serta kritik yang diterima untuk terus meningkatkan kualitas restoran.
- c. Berikan *event* atau acara mengenai edukasi tentang *fine dining* terhadap calon konsumen mengenai *etika makan*.

- d. Penjalinan kerja sama dengan petani lokal atau bisnis umkm untuk mendapatkan hasil yang lebih segar dan mampu mendukung bisnis ekonomi lokal.
- 2) Bagi mahasiswa kuliner:
- a. Fokus berlatih *skill* memasak dan terus pelajari teknik memasak Perancis karena itu adalah fondasi dalam memasak internasional.
 - b. Lakukan riset tentang tren kuliner terbaru dan berinovasi dalam menciptakan hidangan baru yang menggabungkan teknik dan cita rasa tradisional dengan elemen modern.
 - c. Lakukan magang di negara lain contohnya Perancis di restoran untuk mengetahui standar internasional dan standar terbaik.
- 3) Bagi masyarakat:
- a. Luangkan waktu untuk mengeksplorasi berbagai restoran *fine dining* di Surabaya dan mencoba hidangan-hidangan baru yang ditawarkan sekaligus mengedukasi diri mengenai kualitas makanan
 - b. Berikan ulasan dan rekomendasi yang jujur di platform *online* untuk membantu orang lain dalam memilih restoran serta membantu restoran dalam meningkatkan kualitas dan layanan mereka.