

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. Hipotesis pertama yang menyatakan *food quality* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction* **diterima**. Hal ini didasari oleh hasil pengujian yang telah dilakukan oleh peneliti.
2. Hipotesis kedua yang menyatakan bahwa *customer expectation* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction* **diterima**. Hal ini didasari oleh hasil pengujian yang telah dilakukan oleh peneliti.
3. Hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa *destination image* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction* **diterima**. Hal ini didasari oleh hasil pengujian yang telah dilakukan oleh peneliti.
4. Hipotesis keempat yang menyatakan bahwa *destination image* berpengaruh positif terhadap *revisit intention* **diterima**. Hal ini didasari oleh hasil pengujian yang telah dilakukan oleh peneliti.
5. Hipotesis kelima yang menyatakan bahwa *customer expectation* berpengaruh positif terhadap *revisit intention* **diterima**. Hal ini didasari oleh hasil pengujian yang telah dilakukan oleh peneliti.
6. Hipotesis keenam yang menyatakan bahwa *food quality* berpengaruh positif terhadap *revisit intention* **diterima**. Hal ini didasari oleh hasil pengujian yang telah dilakukan oleh peneliti.

7. Hipotesis ketujuh yang menyatakan bahwa *customer satisfaction* berpengaruh positif terhadap *revisit intention* **diterima**. Hal ini didasari oleh hasil pengujian yang telah dilakukan oleh peneliti.

5.2 Saran

Street food di Bandung merupakan salah satu yang paling dicari oleh wisatawan karena keberagamannya. Pada kasus penelitian ini, pengunjung cukup merasa puas dengan berkunjung dan menikmati makanan yang ada di *street food* di Bandung.

Banyak dari wisatawan atau pelanggan yang telah menaruh harapan tinggi terhadap *street food* di Bandung, oleh karena itu pihak pengelola ataupun penjual harus dapat memenuhi ekspektasi atau harapan dari pelanggan mereka.

Kepuasan pengunjung dalam penelitian ini menunjukkan hasil yang positif. Walaupun demikian, penjual *street food* di Bandung harus dapat mempertahankan hal ini. Selain itu, minat berkunjung kembali pada penelitian ini juga menunjukkan hasil yang positif. Yang artinya, sangat memungkinkan bagi pelanggan atau wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang ke *street food* di Bandung.