

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan pengolahan data dan pembahasan mengenai dampak *food expenditure* terhadap penerapan *food waste management* pada rumah makan di Banyumas dapat disimpulkan sebagai berikut

1. *Food expenditure* yang dapat berpengaruh terhadap *food waste management* rumah makan meliputi atribut berupa konsep rumah makan, perilaku konsumsi, *food consumption*, dan pengadaan berpengaruh terhadap *food waste management*.
2. Persamaan regresi yang dihasilkan yaitu  $Y = 8.322 + 0.114 X_1 + 0.067 X_2 + 0.166 X_3 + 0.186 X_4$ . Berdasarkan hasil tersebut dapat diartikan bahwa nilai konstanta = 8.322 artinya apabila  $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$  dan  $X_4$  nilainya adalah 0 maka besar  $Y$  nilainya positif 8.322. Koefisien regresi  $X_1 = 0.114$  artinya setiap peningkatan  $X_1$  sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan  $Y = 0.114$  dengan asumsi nilai *independent* lain nilainya tetap. Koefisien regresi  $X_2 = 0.067$  artinya setiap penurunan  $X_2$  sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan  $Y = 0.067$ . Koefisien regresi  $X_3 = 0.166$  artinya setiap peningkatan  $X_3$  sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan  $Y = 0.166$ . Koefisien regresi  $X_4 = 0.186$  artinya setiap peningkatan  $X_4$  sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan  $Y = 0.186$ .
3. Rekomendasi *food waste management* rumah makan untuk menurunkan tingkat sampah makanan adalah memperbanyak pengeluaran menu makanan yang banyak diminati dan berlaku sebaliknya mengurangi pengeluaran makanan yang kurang diminati. Pengelompokan bahan baku sesuai dengan jenis dan waktu pengadaan, pencatatan tanggal pengadaan bahan baku.

## 5.2. Saran

Penelitian selanjutnya dapat berfokus pada *knowledge* pemilik rumah makan, sehingga dapat mengetahui bagaimana kepedulian dan pandangan pemilik rumah makan terhadap timbulan *food waste*. Selain itu, pengetahuan rumah makan terhadap *food waste management* yang baik akan berpengaruh terhadap mitigasi *food waste*. Selanjutnya dapat menganalisis *customer behaviour* untuk mengetahui permintaan dan minat makanan konsumen, sehingga perencanaan pengeluaran makanan dapat dilakukan dengan lebih baik.