

## **BAB 5**

### **SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka simpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Service quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* pada konsumen di *Restaurant Boncafe Surabaya*, sehingga dapat ditarik simpulan bahwa semakin baik *Service quality* yang dimiliki oleh sebuah bidang usaha maka akan meningkatkan *customer satisfaction*. Dengan demikian telah dibuktikan bahwa hipotesis pertama yang menyatakan *service quality* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* pada Konsumen di *Restaurant Boncafe Surabaya* diterima.
2. *Product quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* pada konsumen di *Restaurant Boncafe Surabaya*, sehingga dapat ditarik simpulan bahwa semakin baik *Product quality* yang dimiliki oleh sebuah bidang usaha maka akan meningkatkan *customer satisfaction*. Dengan demikian telah dibuktikan bahwa hipotesis kedua yang menyatakan *product quality* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* pada Konsumen di *Restaurant Boncafe Surabaya* diterima.
3. *Price* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* pada konsumen di *Restaurant Boncafe Surabaya*, sehingga dapat ditarik simpulan bahwa semakin sesuai *Price* atau harga yang dikeluarkan oleh konsumen dengan apa yang didapat, maka akan meningkatkan *customer satisfaction*. Dengan demikian telah dibuktikan bahwa hipotesis ketiga yang menyatakan *price* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* pada Konsumen di *Restaurant Boncafe Surabaya* diterima.

4. *Customer satisfaction* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty* pada konsumen di *Restaurant Boncafe Surabaya*, sehingga dapat ditarik simpulan bahwa semakin tinggi nilai *Customer satisfaction* yang dimiliki oleh konsumen maka akan meningkatkan *customer loyalty*. Dengan demikian telah dibuktikan bahwa hipotesis keempat yang menyatakan *customer satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* pada Konsumen di *Restaurant Boncafe Surabaya* diterima.

## 5.2 Keterbatasan

Penelitian ini telah diusahakan dan dilaksanakan sesuai dengan prosedur ilmiah, namun demikian masih memiliki keterbatasan yaitu:

1. Adanya keterbatasan penelitian dengan menggunakan kuesioner yaitu, terkadang jawaban yang diberikan oleh responden tidak menunjukkan keadaan sesungguhnya.
2. Usia responden yang mendominasi dalam penelitian adalah 17-25 tahun yang dimana pekerjaannya adalah mahasiswa/pelajar. Apabila usia responden yang mendominasi berbeda, tentu hasil penelitian juga akan berbeda.

## 5.3 Saran

Dari hasil penelitian dan keterbatasan diatas, maka dapat diajukan saran sebagai berikut:

### 5.3.1 Saran Akademis

Bagi peneliti di masa depan diharapkan untuk dapat meneliti hubungan *service quality*, *product quality* dan *price* terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction*. Selain itu, juga diharapkan untuk dapat mengembangkan penelitian secara lebih luas dengan menambah variabel lain yang dapat mempengaruhi *customer satisfaction* dan *customer loyalty* di industri rumah makan, contohnya seperti *experimental marketing* atau variabel lainnya yang berkaitan.

### 5.3.2 Saran Praktis

Beberapa saran juga dapat disampaikan kepada pihak manajemen rumah makan Boncafe, yaitu:

1. Pada variabel *service quality*, pernyataan “*Restaurant Boncafe Surabaya* memiliki kemudahan tempat parkir” memiliki nilai rata-rata terendah. Diharapkan *Restaurant Boncafe* dapat menyediakan *valet parking*, agar lebih meningkatkan kepuasan konsumen.
2. Pada variabel *product quality* dan *customer satisfaction*, pernyataan “menu Steak Restoran Boncafe Surabaya enak dan lezat” serta “konsumen merasa puas secara keseluruhan atas kualitas produk Restoran Boncafe Surabaya” memiliki nilai rata-rata terendah. Diharapkan *Restaurant Boncafe* dapat lebih memperhatikan proses penyimpanan bahan baku yang dapat mempengaruhi cita rasa produknya, agar lebih meningkatkan kepuasan konsumen.
3. Pada variabel *price*, pernyataan “harga menu Steak yang ditawarkan *Restaurant Boncafe Surabaya* setimpal dengan apa yang didapat” memiliki nilai rata-rata terendah. Diharapkan *Restaurant Boncafe* dapat memperbesar porsi Steak yang disajikan, agar lebih meningkatkan kepuasan konsumen.
4. Pada variabel *customer loyalty*, pernyataan “konsumen bersedia merekomendasikan Restoran Boncafe Surabaya pada kerabat terdekat” memiliki nilai rata-rata terendah. Usia responden yang mendominasi dalam penelitian ini adalah 17-25 tahun yang dimana pekerjaannya adalah mahasiswa/pelajar. Dimana pada usia dan pekerjaan tersebut cenderung berkunjung ke *Restaurant Boncafe* bersama keluarga dan nongkrong bersama teman-teman seusianya di tempat lain. Sehingga diiharapkan *Restaurant Boncafe* dapat memberikan promosi untuk kalangan mahasiswa/pelajar dengan identitas (kartu) mahasiswa/pelajar, agar lebih meningkatkan kepuasan konsumen.

## DAFTAR PUSTAKA

Akun instagram @jawaposculinary, diakses pada tanggal 3 September 2018

Bhattacharya, S., Sengupta, P. P., dan Mishra, R. (2011) *Exploring Customer Loyalty: A Study on Fast Food Outlets in The City of Chennai*. International Journal of Multidisciplinary Research, Vol. 1, Issue 4.

Butt, H. S., dan Murtaza, M. (2011). *Measuring Customer Satisfaction w.r.t Restaurant Industry in Bahawalpur*. *European Journal of Business and Management*, Vol. 3, No.5.

Darmadji, I., dan Rubiyanti, R. N. (2016). *Pengaruh Service Quality terhadap Customer Satisfaction Pada Taksi Blue Bird di Kota Bandung*. eProceeding of Management, Vol. 3, No. 1, pp 597-602.

Durianto, D., Sugiarto. Sitinjak, T. (2001). *Strategi Menaklukkan Pasar*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Dwiaryani dan Rosinta, F. (2010). *Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan*. Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi, Vol. 17, No.2, pp 114-126.

Jahanshahi, A. A., Gahsti, M. H., Mirdamadi, S. A., Nawaser, K., dan Khaksar, S. M. (2011). *Study Of Effect Of Customer Service And Product Quality On Customer Satisfaction And Loyalty*. International Journal Of Humanities And Social Science, Vol. 1, No. 7, pp 253- 260.

Kotler, P., dan Keller, K. L. ( 2007). *Manajemen Pemasaran* [Terjemahan] (edisi ke-12). Jilid 2. Jakarta: Erlangga

\_\_\_\_\_. ( 2009). *Manajemen Pemasaran* [Terjemahan] (edisi ke-13). Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

\_\_\_\_\_, dan Armstrong, G.( 2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* [Terjemahan] (edisi ke-12). Jakarta: Erlangga.

Kurniawati, D., Suharyono, dan Kusumawati, A. (2014). *Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan: Studi pada Pelanggan KFC Cabang Kawi Malang*. Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 14, No.02.

Lovelock, C. H., dan Wright, L. K. (2005). *Manajemen Pemasaran Jasa* [Terjemahan] Jakarta: Indeks.

Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik*. (edisi ke-1). Jakarta: Salemba Empat.

- Malhotra, N. K. (2005). *Riset Pemasaran: Pendekatan Terapan*. [Terjemahan] (edisi ke- 4) Jilid 1. Jakarta: Indeks.
- Phan, T. A., dan Nguyen, T. H. T. (2016). *An Analysis of Factors Impact On Customer Satisfaction in Vietnam Restaurants: Case of Fast Food Restaurants*. *International Journal of Business and Management Review*, Vol. 4, No. 6, pp 1-17.
- Purnamasari, I. G. A. Y. (2015). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Produk M2 Fashion Online di Singaraja*. *Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi*, Vol 5, No. 1.
- Rahmayanty, N. (2010). *Manajemen Pelayanan Prima* (edisi ke-1) Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Rusli, M. (2014). *Pengelolaan statistik yang Menyenangkan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sanusi, A. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba empat.
- Sembiring, I. J., Suharyono, dan Kusumawati, A. (2014). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan: Studi pada Pelanggan McDonald's MT. Haryono Malang*. *Jurnal Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang*.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F., dan Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik* (edisi ke-2) Yogyakarta: Andi.
- Tu, Y. T., dan Wang, C. M. (2012). *Corporate Brand Image and Customer Satisfaction on Loyalty: An Empirical Study of Starbucks Coffee in Taiwan*. *Journal of Social and Development Sciences*, Vol. 3, No. 01, pp 24-32.
- Umar, H. (2003) *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*. Jakarta: Ghalia.
- Wijaya, C. V. (2017). *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Depot Madiun Masakan Khas Bu Rudy*. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Vol. 5, No. 1.
- Worodiyanti, N. W. Dan Maspiyah. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Elladerna Skin Care Malang*. *e-Jurnal*, Vol 05 No. 01.
- Yamin, S., Kurniawan, H. (2009). *Structural Equation Modeling*. Jakarta: Salemba Infotek.

Yamin, S. (2014). *Rahasia Olah Data Lisrel* (edisi ke-1). Jakarta: Mitra

Wacana Media.

<http://boncafe.co.id/news/share-joy-2/>, diakses tanggal 20 agustus 2018.

<https://id.wikipedia.org/wiki/Boncafe>, diakses tanggal 20 agustus 2018.

<https://jatim.bps.go.id/linkTableDinamis/view/id/137>, diakses tanggal 3 september 2018.