

## **BAB 5**

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

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil dari pembahasan di bab sebelumnya, maka dalam penelitian ini dapat ditarik beberapa simpulan sebagai berikut:

1. *Product quality* (PQ) memiliki pengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* (CS) secara langsung, sehingga dapat ditarik simpulan bahwa semakin baik *product quality* yang dirasakan pelanggan pada restoran Pizza Hut Surabaya, pelanggan akan semakin puas. Dengan demikian hipotesis 1 penelitian ini “*product quality* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan Pizza Hut Surabaya”, diterima.
2. *Service quality* (SQ) memiliki pengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* (CS) secara langsung, sehingga dapat ditarik simpulan bahwa semakin baik *service quality* yang dirasakan pelanggan pada restoran Pizza Hut Surabaya, pelanggan akan semakin puas. Dengan demikian hipotesis 2 penelitian ini “*service quality* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan Pizza Hut Surabaya”, diterima.
3. *Brand Image* (BI) memiliki pengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* (CS) secara langsung, sehingga dapat ditarik simpulan bahwa semakin baik *brand image* yang dirasakan pelanggan pada restoran Pizza Hut Surabaya, pelanggan akan semakin puas. Dengan demikian hipotesis 3 penelitian ini “*brand image* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan Pizza Hut Surabaya”, diterima.
4. *Customer satisfaction* (CS) memiliki pengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* (CL) secara langsung, sehingga dapat ditarik simpulan bahwa ketika pelanggan puas terhadap Pizza Hut Surabaya, akan muncul kesetiaan pelanggan. Dengan demikian hipotesis 4 penelitian ini “*customer satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* pada pelanggan Pizza Hut Surabaya”, diterima.

5. *Product quality* (PQ) memiliki pengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* (CL) melalui *customer satisfaction* (CS) sehingga dapat ditarik simpulan bahwa semakin baik *product quality* serta *customer satisfaction* yang dirasakan pelanggan Pizza Hut Surabaya, maka semakin baik *customer loyalty* tercipta. Dengan demikian hasil penelitian ini membuktikan bahwa hipotesis 5 yang menyatakan “*product quality* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* pada pelanggan Pizza Hut Surabaya”, diterima.
6. *Service quality* (SQ) memiliki pengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* (CL) melalui *customer satisfaction* (CS) sehingga dapat ditarik simpulan bahwa semakin baik *service quality* serta *customer satisfaction* yang dirasakan pelanggan Pizza Hut Surabaya, maka semakin baik *customer loyalty* tercipta. Dengan demikian hasil penelitian ini membuktikan bahwa hipotesis 6 yang menyatakan “*service quality* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* pada pelanggan Pizza Hut Surabaya”, diterima.
7. *Brand image* (BI) memiliki pengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* (CL) melalui *customer satisfaction* (CS) sehingga dapat ditarik simpulan bahwa semakin baik *brand image* serta *customer satisfaction* yang dirasakan pelanggan Pizza Hut Surabaya, maka semakin baik *customer loyalty* tercipta. Dengan demikian hasil penelitian ini membuktikan bahwa hipotesis 7 yang menyatakan “*brand image* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* pada pelanggan Pizza Hut Surabaya”, diterima.

## 5.2 Keterbatasan

Adapun beberapa keterbatasan yang ada dalam penelitian ini, antara lain adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya menggunakan objek restoran Pizza Hut yang berada di Surabaya, sehingga penilaian tentang restoran Pizza Hut hanya terbatas di wilayah Surabaya.
2. Faktor yang mempengaruhi kepuasan serta loyalitas pelanggan hanya dilihat melalui variabel *product quality*, *service quality*, dan *brand image*. Sedangkan masih terdapat banyak faktor yang lain yang dapat mempengaruhi kepuasan

dan loyalitas pelanggan. Seperti *price*, *perceived value*, atau *experiential marketing*.

### 5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian serta simpulan di atas, maka dapat diberikan saran sebagai berikut:

#### 5.3.1 Saran Akademis

Bagi penelitian selanjutnya, disarankan untuk meneliti lebih lanjut dengan menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan. Kemudian, penelitian selanjutnya juga disarankan untuk meneliti objek yang berbeda. Dengan demikian diharapkan penelitian selanjutnya akan mendapatkan hasil yang lebih baik.

#### 5.3.2 Saran Praktis

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diajukan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan oleh pihak manajemen Pizza Hut Surabaya sebagai berikut:

1. Pada variabel *service quality*, nilai rata-rata jawaban responden yang terendah terletak pada indikator “Restoran Pizza Hut menyediakan fasilitas WiFi”. Hal tersebut dikarenakan, meskipun telah tersedianya WiFi di dalam restoran Pizza Hut namun kecepatan yang dimiliki tergolong lambat, terutama ketika restoran sedang ramai. Untuk itu saran yang dianjurkan bahwa manajemen Pizza Hut perlu meningkatkan kecepatan WiFi yang disediakan sehingga pelanggan bisa melakukan aktivitas sambil menunggu pesanan datang.
2. Pada variabel yang sama (*service quality*), terdapat nilai rata-rata jawaban responden yang terendah terletak pada indikator “Saya merasa bahwa kasir Pizza Hut jujur dalam melayani pembayaran pelanggan.”. Hal tersebut dikarenakan saat ini banyak tersedia aplikasi uang digital yang menyediakan banyak promo seperti Ovo. Namun, hal tersebut tidak diimbangi dengan pelatihan khusus pada karyawan, sehingga karyawan sering salah menekan tombol ketika *payment*.

Untuk itu saran yang dianjurkan bahwa manajemen Pizza Hut sering melakukan pengecekan pada mesin kasir dan memberikan pelatihan khusus pada karyawan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Cannon, P., Joseph, Perreault, D., William, dan McCarthy, J., E. (2008). *Pemasaran Dasar* [Terjemahan] (edisi ke-16). Jakarta: Salemba Empat.
- Caturini, R. (2017). *Bisnis makanan tumbuh 85% di tahun 2017*. Didapat dari <https://industri.kontan.co.id/news/bisnis-makanan-tumbuh-85-di-tahun-2017>, 10 April 2019, pukul 11.00 WIB.
- Cecilia, S. (2018). *Tahun 2018 industri makanan dan minuman diperkirakan tumbuh 10%*. Didapat dari <https://industri.kontan.co.id/news/tahun-2018-industri-makanan-minuman-diperkirakan-tumbuh-10>, 10 April 2019, pukul 11.00 WIB.
- Daftar toko cabang Pizza Hut yang berada di berbagai kota*. (2016). Didapat dari <http://infopromodiskon.com/news/detail/90/daftar-toko-cabang-Pizza-Hut-yang-berada-di-berbagai-kota.html>, 11 April 2019, pukul 19.00 WIB.
- Damayanti, C., dan Wahyono. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *Management Analysis Journal*, 4(3), 236-251.
- Durianto, D., Sugiarto, dan Sitinjak, T. (2001). *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Firmansyah, D., dan Prihandono, D. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Perceived Value Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan. *Management Analysis Journal*, 7(1), 121-128.
- Gedalia, C. C., dan Subagio, H. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan dan Brand Image Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Monopolee Coffee Lab Surabaya). *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 3(1), 1-10.
- Genoveva. (2015). Analyzing of Customer Satisfaction and Customer Loyalty Based On Brand Image and Perceived Service Quality. *Journal of Us-China Public Administration*, 12(6), 497-508.
- Ghozali, I., dan Fuad. (2005). *Structural Equation Modeling: Teori, Konsep dan Aplikasi dengan Program Lisrel 8.54*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hayati, H., Yetty, dan Sekartaji, G. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen di Restoran Bebek dan Ayam Goreng Pak Ndut Solo. *JIMFE (Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi)*, 1(1), 49-56.
- Irawan, D., dan Japarianto, E. (2013). Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Pelanggan Restoran Por Kee Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(2), 1-8.

- Jin, P. N., Lee. S., dan Huffman, L. (2012). Impact of Restaurant Experience on Brand Image and Customer Loyalty: Moderating Role of Dining Motivation. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 532-551
- Kartika, H. (2018). *Ini strategi Pizza Hut perkuat layanan*. Didapat dari <https://industri.kontan.co.id/news/ini-strategi-pizza-hut-perkuat-layanan>, 11 April 2019, pukul 19.00 WIB.
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management* (edisi ke-4). Essex: Pearson Education Limited.
- Kim, W. G., dan Kim, H-B. (2004). Measuring Customer-Based Restaurant Brand Equity. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 45(2), 115-131.
- Kotler, P. (2000). *Manajemen Pemasaran* [Terjemahan] (edisi Milenium). Jakarta: Prenhallindo.
- \_\_\_\_\_. (2005). *Manajemen Pemasaran* [Terjemahan] (edisi ke-11). Jakarta: Indeks.
- Kotler, P., dan Armstrong, G. (2001). *Prinsip – Prinsip Pemasaran* [Terjemahan] (edisi ke-8). Jakarta: Erlangga.
- \_\_\_\_\_. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* [Terjemahan] (edisi ke-12). Jakarta: Erlangga.
- \_\_\_\_\_. (2014). *Principles of Marketing*, (edisi ke-15). England: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., dan Keller, L. K. (2009). *Manajemen Pemasaran* [Terjemahan] (edisi ke-13). New Jearsey: Pearson Education Inc, Upper Saddle River.
- \_\_\_\_\_. (2012). *Marketing Management* (edisi ke-14). New Jearsey: Pearson Education Inc, Upper Saddle River.
- Kurniawati,D., Suharyono, dan Kusumawati, A. (2014). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 14(2), 1-9.
- Liu, K. W., Lee, S. Y., dan Hung, M. L. (2016). The interrelationships among service quality, customer satisfaction, and customer loyalty: Examination of the fast-food industry. *Journal of Foodservice Business Research*, 1-17.
- Lokasi restoran. (2018). Didapat dari <https://www.pizzahut.co.id/lokasi>, 11 April 2019, pukul 19.30 WIB.
- Lovelock, C., Wirtz, J., dan Mussry, J. (2011). *Pemasaran Jasa, Manusia, Teknologi, Strategi* [Terjemahan] (edisi ke-7). Jakarta: Erlangga.
- Lovelock, C., dan Wright, K. L. (2005). *Manajemen Pemasaran Jasa* [Terjemahan]. Jakarta: Indeks.

- Mardiana, A., dan Kasim, N. A. (2016). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan Butik Busana Muslim Anisa Kota Gorontalo. *Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(2), 133-148.
- Marsum W.A. (1993). *Restoran dan Segala Permasalahannya* (edisi ke-1). Yogyakarta: Andi
- Menu Pizza. (2017). Didapat dari <https://www.phd.co.id/en/pizza>, 11 April 2019, pukul 19.00 WIB.
- Ningsih, S. M., dan Segoro, W. (2014). The Influence of Customer Satisfaction, Switching Cost and Trusts in A Brand On Customer Loyalty - The Survey On Student As Im3 Users In Depok, Indonesia. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 1015 – 1019.
- Normasari, L., Kumadji, S., dan Kusumawati, A. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 6(2), 1-9.
- Pirbadi, D. (2014). Pengaruh Product Quality, Service Quality, Image Terhadap Loyalty melalui Satisfaction Pada Restoran Sunda di Jakarta. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 7(1), 177-198.
- Putri, D. G. D., dan Santoso, B. S. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Jasa, Nilai yang Dirasakan, Citra Merek Melalui Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Diponegoro Journal of Management*, 7(1), 1-13.
- Ryu, K., Han, H., dan Kim, T-H. (2008). The Relationship Among Overall Quick-casual Restaurant Image, Perceived Value, Customer Satisfaction, and Behavioral Intentions. *International Journal of Hospitality Management*, 27, 459-469.
- Santoso, A. B. (2015). *Gambaran inilah yang membuat prospek usaha kuliner makin cerah*. Didapat dari <http://www.tribunnews.com/travel/2015/02/19/gambaran-inilah-yang-membuat-prospek-usaha-kuliner-makin-cerah>, 10 April 2019, pukul 11.00 WIB.
- Sembiring, J., Inka, Suharyono., dan Kusumawati, A. (2014). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 15(1), 1-10.
- Sondakh, C. (2014). Kualitas Layanan, Citra Merek dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Tabungan (Studi Pada Nasabah Taplus BNI Cabang Manado). *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 3(1), 19-32.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi* (edisi ke-1). Yogyakarta: ANDI.

- Sugianto, J., dan Sugiharto, S. (2013). Analisa Pengaruh Service Quality, Food Quality, dan Price Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Yung Ho Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1(2), 1-10.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susanty, A., dan Adisaputra, B., N. (2011). Pengaruh Brand Image Speedy Telkom Terhadap Loyalitas Pelanggan di Kecamatan Banyumanik Semarang. *J@TI Undip*, 6(3), 147-154.
- Sutriyanto, E. (2016). *Sepanjang tahun 2016 ini pertumbuhan industri makanan dan minuman stabil*. Didapat dari <http://www.tribunnews.com/bisnis/2016/07/27/sepanjang-tahun-2016-ini-pertumbuhan-industri-makanan-dan-minuman-stabil>, 10 April 2019, pukul 11.00 WIB.
- Tjiptono, F. (2006). *Manajemen Jasa* (edisi ke-4). Yogyakarta:ANDI.
- \_\_\_\_\_. (2008). *Strategi Pemasaran* (edisi ke-3). Yogyakarta:ANDI.
- Top Brand Index 2016 fase 2*. (2016). Didapat dari [http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top\\_brand\\_index\\_2016\\_fase\\_2](http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2016_fase_2), 11 April 2019, pukul 19.30 WIB.
- Top Brand Index 2017 fase 2*. (2017). Didapat dari [http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top\\_brand\\_index\\_2017\\_fase\\_2](http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2017_fase_2), 11 April 2019, pukul 19.30 WIB.
- Top Brand Index 2018 fase 2*. (2018). Didapat dari [http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top\\_brand\\_index\\_2018\\_fase\\_2](http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2018_fase_2), 11 April 2019, pukul 19.30 WIB.
- Utomo, I. W. (2017). Pengaruh Brand Image, Brand Awareness, dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pelanggan Online Shopping Terhadap Brand Loyalty Pelanggan Online Shopping. *Jurnal Komunikasi*, 8(1), 76-84.
- Wibowo, A. (2009). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada perumahan Sembungharjo Permai Pengembang PT. Sindur Graha Tama). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 7(2), 173-186.
- Widiaswara, T., dan Sutopo. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Management*, 6(4), 1-15.
- Yafie, A. S., Suharyono, dan Abdillah, Y. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 35(2), 11-19.
- Yamin, S. (2014). *Rahasia Olah Data Lisrel*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

Yamin, S dan Kurniawan, H. (2009). *Structural Equation Modeling: Belajar Lebih Mudah Teknik Analisis Data Kuesioner dengan Lisrel-PLS*. Jakarta: Salemba Infotek.