

BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah diuji, maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

1. *Price* memiliki pengaruh yang signifikan dalam proses terbentuknya atau terciptanya perasaan puas pada konsumen. Ketika harga yang ditawarkan mampu dijangkau oleh konsumen, maka konsumen akan tertarik untuk mengkonsumsi produk dan akan tercipta perasaan puas dengan biaya yang mereka keluarkan dimana harga yang dibayar dapat memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen Penang's House di Surabaya.
2. *Service quality* berpengaruh terhadap *satisfaction*, hal ini telah diuji sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa semakin baik dan semakin tinggi kualitas dari pelayanan yang diberikan maupun yang dirasakan oleh konsumen restoran Penang's House di Surabaya, maka akan memberikan pengaruh yang baik pada restoran Penang's House di Surabaya dan akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen.
3. *Product quality* berpengaruh terhadap *satisfaction*, hal ini telah diuji dan dapat disimpulkan kualitas produk restoran Penang's House di Surabaya memberikan pengaruh yang baik terhadap terciptanya kepuasan konsumen restoran Penang's House di Surabaya.
4. *Customer satisfaction* berpengaruh terhadap *customer loyalty*, hal ini telah diuji dan dapat disimpulkan bahwa semakin positif *satisfaction* atau tingkat kepuasan yang dirasakan konsumen restoran Penang's

House di Surabaya, maka akan mempengaruhi konsumen Penang's House di Surabaya untuk melakukan pembelian ulang.

5. *Price* berpengaruh terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* hal ini dapat dibuktikan hasil pengujian yang telah dilakukan. Harga yang terjangkau mampu merangsang perilaku konsumen Penang's House di Surabaya untuk melakukan pembelian berulang yang didukung oleh terciptanya perasaan puas konsumen Penang's House di Surabaya dengan harga yang ditawarkan oleh restoran.
6. *Service quality* berpengaruh terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction*, hal ini telah diuji sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa semakin baik maupun semakin tinggi kualitas pelayanan yang didapatkan konsumen Penang's House di Surabaya maka akan menarik perhatian konsumen untuk melakukan pembelian ulang yang didorong oleh perasaan puas dan reaksi positif konsumen terhadap pelayanan yang diberikan.
7. *Product quality* berpengaruh terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction*, hal ini telah diuji sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa baiknya kualitas produk yang dirasakan konsumen Penang's House di Surabaya terhadap produk yang dikonsumsi menarik konsumen Penang's House di Surabaya untuk melakukan pembelian ulang dengan didukung oleh perasaan puas konsumen terhadap kualitas produk yang dirasakan.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Teoritis

Customer satisfaction dapat diciptakan/dibentuk melalui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi variabel tersebut seperti harga, kualitas produk maupun kualitas pelayanan. Terbentuknya *customer satisfaction* dapat memicu perilaku konsumen untuk loyal yang akan ditunjukkan dengan adanya pembelian yang bersifat berulang dan kebalnya daya tarik konsumen terhadap pesaing lain.

5.2.2 Saran Praktis

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Pengelola restoran harus memperhatikan target konsumen yang dituju sehingga dalam melakukan penetapan harga perusahaan mampu menyesuaikan dengan daya beli target konsumen yang dituju.
2. Kualitas pelayanan dan kualitas produk harus dikelola lebih baik agar konsumen tidak berpindah ke pesaing lainnya mengingat saat ini bisnis kuliner sedang berkembang pesat di Indonesia.
3. Pengelola restoran tidak hanya menjadikan harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk sebagai dasar atau patokan untuk menarik maupun mempertahankan konsumen karena masih banyak strategi-strategi pemasaran yang dapat digunakan untuk mempengaruhi kepuasan maupun loyalitas konsumen.

5.2.3 Saran Penelitian Selanjutnya

Penelitian mendatang diharapkan untuk menambah variabel-variabel lainnya seperti promosi, *place* dan strategi *marketing* lainnya yang

dapat mempengaruhi loyalitas konsumen. Hal ini akan dapat membantu dalam memahami faktor-faktor yang dapat mempengaruhi variabel kepuasan dan loyalitas pelanggan.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Adeleke, A. dan Aminu, S. A., 2012, The Determinants of Customer Loyalty in Nigeria's GSM Market, *International Journal of Business and Social Science*, Vol. 3 No. 14 [Special Issue – July 2012].
- Adi, A. F. R., 2012, Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Waroeng Spesial Sambal cabang Lampersari Semarang), *Skripsi*, Universitas Diponegoro.
- Aditia, I. dan Suhaji, 2012, Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan pada UD Pandan Wangi Semarang.
- Akbar, S., Som, A. P. M., Wadood, F. dan Alzaidiyeen, N. J., 2010, Revitalization of Service Quality to Gain Customer Satisfaction and Loyalty, *International Journal of Business and Management*, Vol. 5, No. 6; June 2010.
- Anggar, K. PP., 2012, Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda (Studi Kasus pada Konsumen di Kota Semarang), *Skripsi*, Universitas Diponegoro.
- Aryani, D. dan Rosinta, F., 2010, Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam membentuk Loyalitas Pelanggan, *Bisnis & Birokrasi, Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, Vol.17, No.2, Mei-Agustus: 114-126.
- Dirgantara, B., 2011, Pengaruh Kemasan, Merek Dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna Shampo Clear Universitas Negeri Yogyakarta), *Skripsi*, Universitas Sanata Dharma.
- Ghozali, I., 2005, *Model Persamaan Struktural, Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS Ver. 5.0*, Edisi II, Semarang: UNDIP.
- Kotler, P., 2007, *Marketing Management*, New York: Pearson Prentice Hall.

- Kotler, P. dan Keller, K. L., 2007, *Manajemen Pemasaran*, Edisi kedua belas jilid 1, PT. Indeks.
- Kurniasih, I. D., 2012, Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Variabel Kepuasan (Studi Pada Bengkel Ahas 0002-Astra Motor Siliwangi Semarang), *Jurnal Administrasi Bisnis*, Volume I Nomor 1 September 2012.
- Kusumah, R. Z., 2011, Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Waroeng Taman Singosari Di Semarang, *Skripsi*, Universitas Diponegoro Semarang.
- Lupiyoadi, R., 2013, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Ketiga, Jakarta: Salemba Empat.
- Marx, N. J. M. M., Erasmu, A. C. dan Millard, S., 2004, Customer Satisfaction With Customer Service And Service Quality In Supermarkets In A Third World Context.
- Mowen, J. C. dan Minor, M., 2002, *Perilaku Konsumen*, Jilid 2, Edisi Kelima, Jakarta: Erlangga.
- Musanto, T., 2004, Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan: Studi Kasus pada CV. Sarana Media Advertising Surabaya, *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, Vol. 6, No. 2, September 2004: 123 – 136.
- Nurfarhana, A., 2012, Pengaruh Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Pelanggan PT.Telkomsel Jakarta, *Skripsi*, Universitas Indraprasta PGRI.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A, dan Berry, L. L., 1985, A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research, *Journal of Marketing*, Vol. 49 (Fall 1985), 41-50.
- Pradana, A. Y. R., 2010, Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Mie Sedaap (Studi Kasus Pada Indomaret Cabang Gedangan Sidoarjo), *Skripsi*, Universitas Pembangunan Naional “Veteran”.

- Setiyawati, A., 2009, Studi Kepuasan Pelanggan untuk Mencapai Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Konsumen Toko Bangunan Bangun Rejeki Semarang), *Skripsi*, Universitas Diponegoro.
- Shanka, M. S., 2012, Bank Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty in Ethiopian Banking Sector, *Journal of Business Administration and Management Sciences Research*, Vol. 1(1), pp. 001-009, December, 2012.
- Sugiyono, 2005, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: CV Alfabeta.
- Sunarto, 2006, Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan dan Dampaknya Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Pada Tabungan Britama BRI Kanca Kendal), *Skripsi*, Universitas Diponegoro Semarang.
- Suprihanti, A., 2011, The Effect of Services to Customer's Loyalty (Case Study of Kentucky Fried Chicken Restaurant at Galleria Mall Yogyakarta), *The 2nd International Research Symposium in Service Management*, Yogyakarta, Indonesia, 26 – 30 July 2011.
- Sutarso, B. M. G., 2008, Strategi Meningkatkan Kepuasan Konsumen (Studi Kasus PT. PLN (Persero) Di Wilayah Semarang), *Skripsi*, Universitas Diponegoro Semarang.
- Suwarni, dan Mayasari, S. D., 2011, Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Konsumen, *Jurnal Ekonomi Bisnis*, Th. 16, No. 1, Maret 2011.
- Tjiptono, F., 1997, *Strategi Pemasaran*, Ed. II, Yogyakarta: ANDI.
- Umar, H., 2003, *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*, ed.1, Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Wahyuni, S., 2008, Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Yamaha Motor Kencana Indonesia Semarang, *Ragam Jurnal Pengembangan Humaniora*, Vol. 8 No. 2, Agustus 2008.

- Wang, I. M. dan Shieh, C. J., 2006, The Relationship Between Service Quality and Customer Satisfaction: The Example Of CJCJ Library, *Journal of Information and Optimization Sciences*, Vol. 27 (2006), No.1, pp. 193-209.
- Wijayanti, A., 2008, Strategi Meningkatkan Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus: Produk Kartu Seluler PraBayar Mentari Indosat Wilayah Semarang), *Skripsi*, Universitas Diponegoro Semarang.
- Wijayanti, E., 2006, Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Toyota Kijang (Studi Kasus Pada PT. NASMOCO KALIGAWA SEMARANG).
(<http://www.foxitsoftware.com>, For evaluation only)
- Winarso, K., 2010, Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Produk Susu Bayi Menggunakan Service Quality Dan Path Analysis, *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, Tahun 3, No.1, April 2010.
- Yamin, S. dan Kurniawan, H., 2009, *Structural Equation Modeling*, Seri Kedua, Jakarta: Salemba Infotek.
- Yansah, R. A., Hartono, B. dan Hariyono, MB., 2012, Analisis Kualitas Pelayanan (*Service Quality*) Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Sop Ayam Pak Min Klaten Di Malang.