

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Dalam penelitian ini menguji pengaruh *service quality*, *brand image* terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* pada Carls Jr di Surabaya. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dan pembahasan pada bab sebelumnya dengan menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM), maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut :

1. *Service Quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada restoran Carls Jr di Surabaya, sehingga hipotesis pertama diterima.
2. *Brand Image* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada restoran Carls Jr di Surabaya, sehingga hipotesis kedua diterima.
3. *Customer Satisfaction* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Loyalty* pada restoran Carls Jr di Surabaya, sehingga hipotesis ketiga diterima.
4. *Service Quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* pada restoran Carls Jr di Surabaya, sehingga hipotesis keempat diterima.
5. *Brand Image* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* pada restoran Carls Jr di Surabaya, sehingga hipotesis kelima diterima.

5.2. Saran

5.2.1. Saran Akademis

Penelitian ini nantinya dapat digunakan sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya dalam penelitian yang serupa mengenai hal-hal yang berkaitan dengan konsep atau teori yang mendukung pengetahuan manajemen pemasaran, khususnya mengenai *service quality*, *brand image*, *customer satisfaction* dan *customer loyalty*

5.2.2. Saran Praktis

1. Berdasarkan simpulan yang ditarik dari hasil penelitian yang menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara *service quality* terhadap *customer satisfaction* pada restoran Carls Jr di Surabaya, maka dapat disarankan kepada perusahaan untuk terus berupaya dalam meningkatkan kualitas pelayanan restoran Carls Jr, supaya pelanggan atau calon pelanggan restoran merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh restoran.
2. Berdasarkan simpulan yang ditarik dari hasil penelitian yang menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara *brand image* pada *customer satisfaction*, disarankan kepada pihak restoran Carls Jr di Surabaya untuk tetap mempertahankan citra merek yang cukup baik supaya pelanggan dan calon pelanggan restoran merasakan kepuasan tersendiri untuk restoran Carls Jr, serta layanan Friday is freeday agar dapat bersaing dengan restoran-restoran terkenal lainnya.
3. Berdasarkan simpulan yang ditarik dari hasil penelitian yang menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty* pada restoran Carls Jr di Surabaya, maka disarankan kepada pihak manajemen perusahaan

untuk terus memberikan kualitas yang baik kepada konsumen dengan mengembangkan produk, sarana dan prasarana yang mendukung peningkatan kualitas produk serta layanan guna mendorong konsumen untuk menjadi puas dan loyal.

4. Berdasarkan simpulan yang ditarik dari hasil penelitian yang menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara *service quality* terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* pada restoran Carls Jr di Surabaya, maka disarankan kepada pihak manajemen untuk terus berusaha menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan yang dapat memuaskan konsumen dengan memperhatikan kebersihan, *combo* paket, serta pilihan menu yang beragam untuk membuat konsumen merasa puas seperti yang diharapkan konsumen serta membuat konsumen loyal pada restoran Carls Jr.
5. Berdasarkan simpulan yang ditarik dari hasil penelitian yang menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara *Brand image* terhadap *Customer Loyalty* melalui *customer satisfaction* pada restoran Carls Jr di Surabaya, maka disarankan kepada pihak manajemen untuk terus menjaga nama baik perusahaan untuk dapat selalu dikenal oleh pelanggan dan membuat pelanggan puas dan merasa memilih restoran Carls Jr adalah tepat, dengan mendapatkan kepuasan konsumen, akan membentuk loyalitas konsumen itu sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D.A, 1996. *Building Strong Brands*. The Free Press. New York
- Alireza, Fazlzadeh., Ali, Khoshmaram., Aram, Feyzipour, 2011. "How Quality Value, Image, and Satisfaction Create Loyalty at an Iran Telecom". *International Journal of Business and Management*. Vol. 6.
- Alma, Buchari, 2004, Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Vol 6, Alfabeta
- Anung Pramudyo. 2012. Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan, *jurnalkewirausahaan dan usaha kecil menengah*, Vol. I, No. 1, Agustus 2012. ISSN: 2252-5483.
- Bayu, 2013 Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan, *diponegoro journal of social and politic*
- Berry, 2006. Service Quality Delivery Through Web Sites: A Critical Review of Extant Knowledge. *Journal of the academy of marketing science*
- Bisnis Cafe dan Restoran Tumbuh Subur, 2016, diakses pada 17 Februari 2017, (<http://bisnissurabaya.com>)
- Bowel, J. T., and Chen, S, 2011. The Relationship Between Customer Loyalty and Customer Satisfaction. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. No.13/5, pp. 213-217.
- Buchari Alma, 2004. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Bandung*: Alfabeta
- Cannon, J. P., Perreault Jr, W. D., McCarthy, E. J, 2011. *Pemasaran Dasar I*. Jakarta: Salemba Empat

- Carl's Jr. Kembali Buka Restoran 24 Jam di Kota Surabaya, 2015, diakses pada 17 Februari 2017, www.mahadasha.com
- Deng, Et. Al, 2001. Investment in service quality customer satisfaction to customer loyalty :a cross country and cross industry exploration. *Journal of Marketing*. Volume 65, p33-38.
- Engel And Paul.W.Miniard, 1995., *Perilaku Konsumen*. Jakarta, Bina Rupa Aksara.
- Eugene W., Claes Fornell & Donald R. Lehmann, 1994. "Customer Satisfaction, Market Share, and Prfitability: Findings from Sweden", *Journal of Marketing* vol. 58.
- Fandy Tjiptono, 2005. *Pemasaran Jasa*, Malang, Bayu Media Publisng.
- Griffin, Jill, 2005, *Customer Loyalty*, Edisi Revisi, Jakarta : Erlangga
- Hermawan, B, 2011. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan, Reputasi Merek, Dan Loyalitas Konsumen Jamu Tolak angin PT. Sido Muncul, *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan*, Tahun 4, No. 2, pp. 9-17
- Hu, K. C., & Huang, M. C, 2011. Effect of Service Quality, Innovation and Corporate Image on Customer's Satisfaction and Loyalty of Air Cargo 142 Terminal. *International Journal of Operation Research* Vol. 8 No. 4, 36 - 47.
- Huang, Ching – Hsu, 2011. "Mediating effect of Brand Image on Customer Satisfaction in franchising beverage store". *African Journal Business Management*, 7(35):3381-3393
- Kanuk, and J. Wisenblit, 2010. *Consumer Behavior*. Tenth Edition. Prentice Hall. New Jersey.

- Keenam, Alfabeta, Bandung. Amin Widjaja Tunggal, Drs., Ak. MBA, 2008:6. *Dasar – Dasar marketing* . Jakarta: Harvindo.
- Kotler dan Keller, 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13 Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, 2001, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1,Edisi Kedelapan, Jakarta, Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, 2007:177.*Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1 P.T. Indeks Kelompok Gramedia
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2006, *Marketing Management*, Penerbit Salemba Empat. Jakarta
- Kuncoro,M., 2013, *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*, Jakarta: Erlangga
- Prabowo, 2013. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Brand Trust, Brand Image dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Brand Loyalty Pada Air Mineral Aqua (Studi Kasus Pada Konsumen Air Mineral Aqua di Wilayah Tangerang Selatan). *Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta*.
- Rambat Lupiyoadi, 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa (Teori dan Praktek)*. Edisi Pertama. Penerbit Salemba Empat,Depok.
- Santoso, 2011. *Teknik Analisis Data*. Alfabeta. Bandung
- Setiadi, N. J, 2003. *konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*
- Soewadji, j., 2012 *pengantar Metodologi Penelitian*. Jakarta: Prenada Media, Jakarta: Mitra Wacana Media
- Sugiyono, 2013. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Alfabeta. Bandung
- Supriyanto, 2009, *Metodologi Riset Bisnis*, Jakarta: PT Indeks

- Supranto, 2006. Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikan Pangsa Pasar .Jakarta : PT.Rineka Cipta.
- Syahfudin jurnal, 2014, The impact of *Service Quality* and *Brand Image* on *Customer Loyalty* mediated by *Customer Satisfaction* : in Indonesia *Banking Industry*.
- Tjiptono, 2006. *Strategi Pemasaran. Edisi Pertama*. Salemba Empat
- Tjiptono, 2000. *Manajemen Jasa*, Salemba Empat
- Tjiptono, 2005. *Service, Quality, & Satisfaction*, Salemba Empat
- Tjiptono, 2012 *Manajemen Pemasaran*, Salemba Empat
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, 2012, *Pemasaran Strategik*, Salemba Empat.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, 2012, *Pemasaran Strategik*, Salemba Empat.
- Tse dan Wilton, 1988. *Kepuasan Pelanggan* ,jilid 2. Edisi ketiga. Klaten : PT. Indeks Kelompok Gramedia
- Valarie A. Zeithaml & Mary Jo Bitner. 2006., *Service Marketing*. The McGraw Hill Companies, Inc.
- Yamin, S., dan Kurniaawan, H., 2009, *Structural Equation Modeling : belajar Lebih Mudah Teknik Analisis Data Kuisisioner dengan Lisrel PLS*, Jakarta: Salemba Infotek