

BAB 5

SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang ada dengan menggunakan sampel sejumlah 150 orang yaitu konsumen di restoran penyetan Bang Ali Surabaya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *product, price, place, promotion* dan *people* terhadap *customer satisfaction* di restoran penyetan Bang Ali Surabaya. Berdasarkan hasil uji analisis dan pembahasan yang dijelaskan di bab sebelumnya maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Product* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *customer satisfaction* pada konsumen di restoran penyetan Bang Ali Surabaya
2. *Price* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *customer satisfaction* pada konsumen di restoran penyetan Bang Ali Surabaya
3. *Place* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *customer satisfaction* pada konsumen di restoran penyetan Bang Ali Surabaya
4. *Promotion* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *customer satisfaction* pada konsumen di restoran penyetan Bang Ali Surabaya
5. *People* tidak berpengaruh signifikan dan negatif terhadap *customer satisfaction* pada konsumen di restoran penyetan Bang Ali Surabaya

5.2 Keterbatasan

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah dalam menggunakan sampel yang hanya mencapai 150 responden. Lalu dalam penelitian ini peneliti hanya melakukan penelitian kepada responden yang maksimal berumur 40 tahun dan juga faktor-faktor yang mempengaruhi *customer satisfaction* hanya terdiri dari *product, price, place, promotion* dan *people*. Dan terdapat variabel yang tidak berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* diantaranya *people*.

5.3 Saran

5.3.1 Saran Akademis

Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menggunakan variabel selain *product, price, place, promotion* dan *people*, sebagai contoh *brand image, service quality* bisa mempengaruhi *customer satisfaction* di restoran penyetan Bang Ali Surabaya. Terlebih lagi untuk disarankan memenuhi data yang terbaru agar mampu memberikan nilai yang lebih tinggi dan gambaran yang lebih luas serta peneliti bisa melakukan penelitian lebih dari 150 responden dan peneliti diharapkan bisa melakukan penelitian kepada responden yang berumur lebih dari 40 tahun.

5.3.2 Saran Praktis

1. *Product*

Pada hasil uji yang sudah dilakukan rata-rata jawaban responden yang paling tinggi adalah indikator tentang “Menurut saya, kualitas makanan restoran penyetan Bang Ali Surabaya sudah baik” dan berpengaruh positif. Dari pernyataan tersebut maka restoran harus tetap mengembangkan dari cita rasa dan kualitasnya agar konsumen dapat tetap merasa puas setelah mengonsumsi makanan yang ditawarkan oleh restoran penyetan Bang Ali Surabaya.

2. *Price*

Pada hasil uji yang sudah dilakukan rata-rata jawaban responden yang paling tinggi adalah indikator tentang “Menurut saya, harga makanan yang ditawarkan restoran penyetan Bang Ali Surabaya setimpal dengan apa yang didapatkan” dan berpengaruh positif. Dari pernyataan tersebut maka restoran tetap mempertahankan harga makanan dan minumannya dengan terjangkau agar konsumen tetap merasa puas setelah makan dan minum restoran tersebut.

3. *Place*

Pada hasil uji yang sudah dilakukan rata-rata jawaban responden yang paling tinggi adalah indikator tentang “Menurut saya, papan nama restoran penyetan Bang Ali Surabaya sudah terlihat jelas” dan berpengaruh positif. Dari pernyataan tersebut bisa menjadi contoh bahwa setiap restoran harus memiliki papan nama restorannya yang terlihat jelas oleh konsumen, agar konsumen tidak kebingungan saat akan mencari restoran yang akan ditujunya. Dengan adanya papan nama restoran yang terlihat jelas maka konsumen akan merasa puas karena konsumen tidak perlu repot untuk mencari restoran tersebut.

4. *Promotion*

Pada hasil uji yang sudah dilakukan rata-rata jawaban responden yang paling tinggi adalah indikator tentang “Menurut saya, karyawan di restoran penyetan Bang Ali Surabaya sudah memberikan rekomendasi produk favoritnya dengan baik” dan berpengaruh positif. Dari pernyataan tersebut maka karyawan harus tetap mengembangkan edukasinya tentang produk restorannya agar saat konsumen bertanya dengan karyawan mengenai produk di restoran tersebut, karyawan nya dapat menjelaskan kepada konsumen dengan baik dan jelas. Dengan perhatian yang diberikan karyawan dapat membuat konsumen merasa puas dengan penjelasan tersebut.

5. *People*

Pada hasil uji yang sudah dilakukan rata-rata jawaban responden yang paling tinggi adalah indikator tentang “Menurut saya, karyawan di restoran penyetan Bang Ali Surabaya ramah terhadap konsumen” dan berpengaruh negatif. Dari pernyataan tersebut pihak restoran perlu memberikan pelatihan terhadap setiap karyawannya agar dapat bersikap lebih sopan, ramah dan berpenampilan lebih baik lagi terhadap konsumennya. Karyawan perlu bersikap ramah dan

berpenampilan baik karena itu merupakan attitude dari restoran tersebut. Konsumen akan merasa senang dan puas apabila karyawan melayani konsumennya dengan berpakaian rapi, sopan dan ramah.

DAFTAR PUSTAKA

- Agmasari. (2018). Industri kuliner, penopang tinggi perekonomian kreatif di Indonesia. Retrieved from Kompas.com website: <https://travel.kompas.com/read/2018/02/06/185000027/industri-kuliner-penopang-tertinggi-perekonomian-kreatif-di-indonesia>
- Ardiansyah. (2015). *Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan Giant Hypermarket di Surabaya*. 3(2), 54–67.
- Ghozali. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*.
- Lengkong, F., Sepang, J., & Tulung, J. (2017). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Eceran (Retail Marketing Mix) Yang Menentukan Tingkat Kepuasan Konsumen (Studi Pada Perusahaan Matahari Dept . Store Mtc Manado) The Strategy Analysis Retail Marketing Mix That Determines The Level Of Customer. *Jurnal EMBA*, 5(3), 4385–4394.
- Manampiring, A. ., Tumbuan, W. J. A. ., & Wenas, R. . (2016). Analisis produk, harga, lokasi, promosi terhadap kepuasan konsumen pada kartu kredit pt. bank mandiri tbk. manado. *Jurnal EMBA*, 2303-1174, 4(2), 164–176.
- Mohammad. (2015). 7Ps Marketing Mix and Retail Bank Customer Satisfaction in Northeast Nigeria. *British Journal of Marketing Studies*, 3(3), 71–88.
- Nariswari. (2018). 3 sego sambel olahan perempuan surabaya yang bikin terpincut. Retrieved from Tempo.co website: <https://travel.tempo.co/read/1144864/3-sego-sambel-olahan-perempuan-surabaya-yang-bikin-terpincut/full&view=ok>
- Runtuuwu. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Cafe Dan Resto Cabana Manado. *Jurnal EMBA*, 2(3), 1803–1813.
- Santoso, N. ., & Japarianto, E. (2013). *Analisis pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan konsumen eat & eat*. 280–289.
- Sanusi. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Selang. (2013). Bauran pemasaran (Marketing Mix) pengaruhnya loyalitas konsumen pada fresh mart bahu mall Manado. *Prentice Hall, Salemba Empat, Edisi Pert(3)*, 71–80. Retrieved from <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/1374/1085>
- Silalahi. (2009). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT Refika Aditama.

- Sudibyo, A, N., & Margo, C. (2015). *ANALISA PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP MINAT BELI ULANG DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL PERANTARA DI DOMICILE KITCHEN AND LOUNGE*. 1–21.
- Sugianto, J., & 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. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. bandung: ALFABETA, CV.
- Thieu, B. ., Hieu, N. T. ., Huyen, N. T. ., Binh, P. ., & Hoang, N. . (2017). Linkages between Marketing Mix Components and Customer Satisfaction: An analysis on Google in Hanoi, Vietnam. *Journal of Economics and Business Research*, 23(1), 123–147. Retrieved from <https://www.cceol.com/search/article-detail?id=616682>
- Wijaya. (2017). Kepuasan Konsumen Depot Madiun Masakan Khas Bu Rudy. *Agora*, 5(1).
- Wijoyo. (2014). Pengaruh variable Marketing Mix terhadap Customer Loyalty Honda-Ramayana Basuki Rachmad Surabaya dengan Customer Satisfaction sebagai variable intervening. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1), 1–13.
- Wowor. (2013). Bauran Pemasaran Jasa, Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Mobil Toyota Avanza Veloz PT Hasjrat Abadi Manado. *Jurnal EMBA*, 1(4), 1229–1239.