BAB 5
SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Dari hasil yang ada dari penelitian ini yang menggunakan sampel sejumlah 150 orang yaitu konsumen di Kakkk Ayam Geprek Surabaya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Experiential Marketing*, *Product Quality*, *Service Quality*, dan *Price* terhadap *Customer Satisfaction* di Kakkk Ayam Geprek Surabaya. Berdasar penjelasan pembahasan dan hasil uji pada bab sebelumnya dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. *Experiential Marketing* memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap *customer satisfaction* pada konsumen di Kakkk Ayam Geprek Surabaya
2. *Product Quality* memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap *customer satisfaction* pada konsumen di Kakkk Ayam Geprek Surabaya
3. *Service Quality* memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap *customer satisfaction* pada konsumen di Kakkk Ayam Geprek Surabaya
4. *Price* memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap *customer satisfaction* pada konsumen di Kakkk Ayam Geprek Surabaya

5.2 Keterbatasan

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah menyebarkan kuisioner dengan menggunakan sampel yang hanya mencapai 150 responden dan juga variabel yang mempengaruhi *customer satisfaction* hanya terdiri dari *Experiential Marketing, Product Quality, Service Quality, Price.*

5.3 Saran

5.3.1 Saran Akademis

Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menggunakan variabel selain *Experiential Marketing, Product Quality, Service Quality,* dan *Price* sebagai contoh *brand image, Promotion* bisa mempengaruhi *customer satisfaction* di Kakkk Ayam Geprek Surabaya. Terlebih lagi untuk disarankan memenuhi data yang terbaru agar mampu memberikan nilai yang lebih tinggi dan gambaran yang lebih luas.

5.3.2 Saran Praktis

1. Experiential Marketing

Pada hasil uji yang sudah dilakukan rata-rata jawaban responden yang paling tinggi adalah indikator tentang "Outlet Kakkk Ayam Geprek di Surabaya dapat menjadi sarana untuk saya berkumpul dengan orang-orang terdekat" dan berpengaruh positif sehingga perlu dipertahankan. Sedangkan nilai terendah didapatkan oleh indikator tentang "Berkunjung ke Kakkk Ayam Geprek Surabaya menjadi bagian dari gaya hidup saya" sehingga diharapkan manajemen melakukan perbaikan yang berkaitan dengan hal tersebut agar mampu memberikan pengalaman makan yang berbeda serta untuk meningkatkan kepuasan pelanggan

2. *Product Quality*

Pada hasil uji yang sudah dilakukan rata-rata jawaban responden yang paling tinggi adalah indikator tentang "Menurut Saya Menu Ayam Geprek di Kakkk Ayam Geprek dihidangkan secara hangat dan segar" dan berpengaruh positif sehingga perlu dipertahankan. Sedangkan nilai terendah didapatkan oleh indikator tentang "Menurut saya menu Ayam Geprek di Kakkk Ayam Geprek Surabaya memiliki tingkat gizi yang baik" sehingga diharapkan manajemen

melakukan perbaikan yang berkaitan dengan tingkat gizi pada makanan yang disajikan agar meningkatkan kepuasan pelanggan

3. *Service Quality*

Pada hasil uji yang sudah dilakukan rata-rata jawaban responden yang paling tinggi adalah indikator tentang "Karyawan Kakkk Ayam Geprek sudah memberikan layanan yang tepat" dan berpengaruh positif sehingga perlu dipertahankan. Sedangkan nilai terendah didapatkan oleh indikator tentang "Fasilitas umum pada outlet Kakkk Ayam Geprek sudah memadai(parkir,tempat duduk)" sehingga diharapkan manajemen melakukan perbaikan pada fasilitas umum agar konsumen lebih nyaman ketika makan ditempat serta mampu meningkatkan kepuasan pelanggan untuk kedepannya.

4. *Price*

Pada hasil uji yang sudah dilakukan rata-rata jawaban responden yang paling tinggi adalah indikator tentang "Menurut Saya Harga makanan yang dikenakan oleh Kakkk Ayam Geprek sesuai dengan kualitas yang ada" dan berpengaruh positif sehingga perlu dipertahankan. Sedangkan nilai terendah didapatkan oleh indikator tentang "Menurut saya harga di Kakkk ayam geprek lebih unggul dibandingkan dengan pesaing lainnya" Maka dari itu disarankan manajemen perlu memperhatikan harga yang ditetapkan mengingat saat ini persaingan cukup tinggi sehingga Kakkk Ayam Geprek perlu meninjau kembali persepsi harga yang lebih baik tanpa mengurangi kualitas yang ada agar mampu bersaing industri kuliner lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

Agmasari, Silvia. 2018. Ini Warung Ayam Geprek Yang Diklaim Pertama Di Indonesia. *Kompas*. Didapatkan dari: https ://travel .kompas. com/read/2018 /04/27/070600727/ini-warung-ayam-geprek-yang-diklaim-pertama-di-indonesia.

Adare, Decky, and Jessica Lenzun. 2014. Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 2(3): 1237–45.

Aftab, Junaid, Huma Sarwar, Qurrat-ul-ain Sultan, and Maryam Qadeer. 2016. Importance of Service Quality in Customer Satisfaction (A Study on Fast Food Restaurants). *Entrepreneurship and Innovation Management Journal* 4(4): 161–71.

Ahmed, Ishfaq et al. 2010. Impact of Service Quality on Customers Satisfaction: Empirical Evidence from Telecom Sector of Pakistan. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business* 1(12): 98–113.

Andreani, Fransisca. 2007. Experiential Marketing (Sebuah Pendekatan Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pemasaran* 2(1): 1–8.

Apriliya, Linggar et al. 2018. Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Ulang Tiket Pesawat Pada PT. Jasa Nusa Wisata Denpasar. *Hydrobiologia* 7(1): 2319–5614.

Armahadyani. 2018. Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Kedai Makan Pa'Mur Karawang. *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif* 03: 68–98.

Astari, Wayan, and Komang Pramudana. 2016. Peran Experiential Value Dalam Memediasi Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Repurchase Intention. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis dan Kewirausahaan* 10(1): 16–30.

Astuti, Gresivonda dan Mudji. 2014. Pengaruh Penerapan Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan the Effect of Experiential. *Jurnal bisnis, Manajemen, & Perbankan* 1 No. 1(2338–4409): 1–22.

Basith, Abdul, Srikandi Kumadji, and Kadarisman Hidayat. 2014. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pelanggan De ' Pans Pancake and Waffle Di Kota Malang). *Jurnal administrasi bisnis* 11(1): 1–8.

Canny, Ivyanno. 2014. Measuring the Mediating Role of Dining Experience Attributes on Customer Satisfaction and Its Impact on Behavioral Intentions of Casual Dining Restaurant in Jakarta. *International Journal of Innovation, Management and Technology* 5(1): 25–30.

Ghozali, Prof.dr.H.Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21*. 7th ed. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gilbert, G. Ronald,Veloutsou, Moutinho, and Goode. 2004. Measuring Customer Satisfaction in the Fast Food Industry: A Cross-National Approach. *Journal of Services Marketing* 18(5): 371–83.

Hadiwidjaja, Setiabudi, and Dharmayanti. 2014. Analisa Hubungan Experiential Marketing, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan Starbucks Coffee Di Surabaya Town Square. *Jurnal Manajemen Pemasaran* 2(2): 1–11.

Harfania, Fedika. 2018. Pengaruh Promosi Penjualan , Experiential Marketing , Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Restoran Ayam Geprek Sa ' I Yogyakarta). (3): 581–91.

Jurnalis. 2019. "Gurihnya Industri Kuliner Bikin Ekonomi Nasional Menggeliat". *Okezone*. Didapatkan dari: https://economy .okezone.com /read/ 2019/01/06/3 20/2000558/gurihnya-industri kuliner-bikin-ekonomi-nasional-menggeliat?page=1

Jimmy Sugianto dan Sugiharto, S.E., M.M. 2013. Analisa Pengaruh Service Quality, Food Quality, dan Price terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Yung Ho Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra* 1(2): 1–10.

Karki, Dipesh, and Apil Panthi. 2018. How Food Quality, Price, Ambiance and Service Quality Effects Customer Satisfaction: A Study on Nepalese Restaurants in Finland. *Tourism And Hospitality Management*: 1–68.

Khakim,Lukman; Fathoni,Azis; M Minarsih, Maria. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Variabel Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening pada Pizza HUT Cabang Simpang Lima Lukman. *Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pandanaran Semarang* 1(1).

Kotler, Philip, and Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. 12th ed. Jakarta: Penerbit Erlangga: PT Gelora Aksara Pratama.

Kotler and Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. 13th ed. Jakarta: Penerbit Erlangga: PT Gelora Aksara Pratama.

Kuntjojo, Drs. 2009. Metodologi Penelitian *Metodologi Penelitian*. https://ebekunt.files.wordpress.com/2009/04/metodologi-penelitian.pdf.

Marlina, Yeni. 2015. Pengaruh Produk, Harga, dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian pada Rumah Makan Sederhana by pass Padang. *Fakultas Ekonomi Universitas Tamansiswa Padang*: 1–22.

Nehemia, H.S. 2010. Analisis Pengaruh Experiential Marketing terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus : Waroeng Spesial Sambal Cab . Sompok Semarang). 1–26.

Ningsih, Suhesti. 2012. Pengaruh Service Quality terhadap Kepuasan Pelanggan pada Lembaga Pendidikan Solocom Di Surakarta Suhesti. *Program Studi Magister Manajemen* . Universitas Muhammadiyah Surakarta. 125–34.

Nathania, Yoshi. 2019. 5 Ayam Geprek Paling Favorit Di Surabaya, Sedapnya Terasa!. *Idn Times*. Didapatkan dari https://www.idntimes.com/food/dining-guide/yoshi/5-ayam-geprek-di-surabaya-1.

Pham, Thi Hoa, and Ying-Yuh Huang. 2015. The Impact Of Experiential Marketing On Customer's Experiential Value And Satisfaction: An Empirical Study In Vietnam Hotel Sector. *Journal of Business Management & Social Sciences Research* 4(1): 2319–5614.

Phan, Anh, Thi Huong, and Thanh Nguyen. 2016. An Analysis of Factors Impact on Customer Satisfaction In. *International Journal of Business and Management Review* 4(6): 1–17.

Rinaldi, Adhitya, and Suryono Budi Santoso. 2018. Analisis Pengaruh Kualitas Informasi, Kualitas Sistem dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Traveloka Di Kota Semarang). *Diponegoro Journal Of Management* 7(2): 1–14.

Roring, Ferdy, Sem Oroh, and Rendy Gulla. 2015. Analisis Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Manado Grace Inn. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 3(1): 1313–22.

Runtunuwu, Johanes, Sem Oroh, and Rita Taroreh. 2014. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Cafe Dan Resto Cabana Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 2(3): 1803–13.

Rangkuti, Freddy. 2011. *Strategi Promosi yang Kreatif*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama

Ryu, Kisang ; Han, Heesup. 2010. Influence of the Quality of Food, Service, and Physical Environment on Customer Satisfaction and Behavioral Intention in Quick-Casual Restaurants: Moderating Role of Perceived Price. *Journal of Hospitality & Tourism Research*. University of orleans,U.S.A.

Santoso, Jeanita Ester. 2016. Pengaruh Food Quality, Service Quality, Price Promotion, dan Customer Satisfaction terhadap Repeat Purchase Intention Restoran Solaria. *Jurnal Bisnis dan Manajemen* 53(12): 70–87.

Santoso, N.M, and E Japarianto. 2013. Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Eat & Eat. Universitas Kristen Petra : 280–89.

Shaharudin, Mohd Rizaimy, Suhardi Wan Mansor, and Shamsul Jamel Elias. 2011. Food Quality Attributes among Malaysia's Fast Food Customer. *International Business and Management* 2(1): 198–208.

Silalahi. 2009. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT Refika Aditama.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALFABETA,CV.

Tombeng, Brigitte, Ferdy Roring, and Farlane S Rumokoy. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Raja Oci Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 7(1): 891–900.

Tsai, Hsien Tung, and Heng Chiang Huang. 2007. Determinants of E-Repurchase Intentions: An Integrative Model of Quadruple Retention Drivers. *Information and Management* 44(3): 231–39.

Tumbelaka, Michael; Loindong, Sjendry. 2014. Servicescape Dan Personal Selling Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Britama Bank Bri Cabang Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 2(2): 1239–50.

Venkat, Ramesh. 2007. Impact of Customer Experience on Satisfaction, Brand Image and Loyalty: a Study in a Business to Business Context. *ASAC* (Saint Mary's University): 101–14.

Weliani, Steffi. 2015. Analisa Pengaruh Food Quality, Service Person Customer Orientation, dan Physical Environment, terhadap Repurchase Intention, melalui Customer Satisfaction. 7(1): 39–61.