

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Dari hasil pengujian hipotesis dan pembahasan, maka kesimpulan yang dapat dijelaskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa *service quality* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* pada jamoo restaurant Surabaya. Dengan demikian, hipotesis pertama penelitian ini yaitu *service quality* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* pada jamoo restaurant di Surabaya, diterima. Artinya kualitas layanan memiliki pengaruh yang cukup kuat dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini mendukung Sivadas (2000) & Selnes (1993) yang membuktikan kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan.
2. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa *product quality* tidak berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* pada pengunjung jamoo restaurant di Surabaya. Dengan demikian hipotesis kedua penelitian ini yaitu *product quality* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* pada jamoo restaurant di Surabaya ditolak. Artinya kualitas produk berpengaruh lemah namun tidak signifikan pada kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Jeanne (2008).

3. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa *customer satisfaction* berpengaruh sangat kuat dan signifikan terhadap *customer loyalty* pada jamoo restaurant di Surabaya. Dengan demikian hipotesis ketiga penelitian ini yaitu *customer satisfaction* berpengaruh terhadap *customer loyalty* pada jamoo restaurant di Surabaya diterima. Artinya semakin puas, konsumsur 71 semakin loyal. Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan pernyataan Jones & Sassen (1995) hubungan antara kepuasan dengan loyalitas tidak bersifat linier, sehingga pelanggan yang puas pun masih dapat berpindah merek.
4. Berdasarkan hasil penelitian *service quality* melalui *customer satisfaction* berpengaruh sangat kuat dan signifikan terhadap *customer loyalty* pada jamoo restaurant di Surabaya. Dengan demikian hipotesis keempat penelitian ini yaitu *service quality* melalui *customer satisfaction* berpengaruh terhadap *customer loyalty* pada lamoo restaurant di Surabaya diterima. Artinya kualitas pelayanan melalui kepuasan berpengaruh signifikan terhadap kesetiaan pelanggan.
5. Berdasarkan hasil penelitian *product quality* melalui *customer satisfaction* berpengaruh kuat namun tidak signifikan terhadap *customer loyalty* pada jamoo restaurant di Surabaya. Dengan demikian hipotesis keempat penelitian ini yaitu *product quality* melalui *customer satisfaction* berpengaruh terhadap *customer loyalty* pada

lamoo restaurant di Surabaya ditolak. Artinya kualitas produk melalui kepuasan tidak berpengaruh signifikan terhadap kesetiaan pelanggan.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademik

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi yang ingin melanjutkan penelitian sejenis atau melakukan penelitian lebih lanjut, khususnya mengenai konsep atau teori yang mendukung manajemen pemasaran yang terkait dengan *service quality* dan *product quality* yang berdampak pada *customer satisfaction* dan *customer loyalty*.

5.2.2 Saran Praktis

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah ada, saran-saran yang dapat diberikan oleh peneliti adalah sebagai berikut :

1. Jamoo restaurant perlu memperhatikan akan pentingnya *service quality*. Untuk meningkatkan *service quality* perusahaan dapat memperbanyak pelatihan-pelatihan bagi para karyawan sehingga dapat lebih baik lagi dalam melayani pengunjung.
2. Jamoo restaurant harus dapat menjaga dan meningkatkan *product quality* agar dapat menarik dan mempertahankan pengunjung agar tetap loyal. Hal ini dapat dilakukan

dengan menambah varian menu baru serta menjaga kualitas dan cita rasa dari menu-menu yang sudah ada.

3. Jamoo restaurant harus memperhatikan kepuasan pelanggannya sehingga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Hal ini dapat dilakukan dengan berbagai macam cara seperti meningkatkan *service quality* dan *product quality*, serta lebih memperhatikan pelanggannya seperti dengan mengadakan program *previllage* berupa diskon khusus bagi pelanggan setia atau pelanggan yang sedang berulang tahun.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Aaker, David A. 1996. *Building Strong Brands*. New York: The Free Press.
- Aaker, David A, Kumar, V and Day George S, 2001. *Marketing Research, Seventh edition*, John Wiley & Sons, Inc.
- Ali Hasan, 2008. *Marketing*, cetakan pertama. Yogyakarta: MedPress.
- Craven, David W, 1996. “ *Pemasaran Strategis*”. Terjemahan. Erlangga.
- Ferdinand,A. 2006. *Metode Penelitian Manajemen, Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Ghozali, (2005), “*Model Persamaan Struktural : Konsep dan Aplikasi dengan Program Amos Ver. 5.0*”, Badan penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, *et al.* 1998. *Multivariate Data Analysis, Fifth Edition*. New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran Jilid 1 (11th ed.)*
- Kotler, Philip, 2000, *Marketing Management: Analyses, Planning, Implementation, and Control*, Millenium Edition. New Jersey: Prentice Hall International Inc.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L.L. 1985. A Conceptual Model of Service Quality And Its Implications for Future Research. *The Journal of Marketing*, 49.

- Parasuraman, A. V. A Zeithaml and LL Berry, 1988, "SERVQUAL: A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Peceptions of Service Quality", *Journal of Retailling* Vol.64 No.1
- Selnes, Fred (1993), "An examination of the effect of product performance on brand reputation, satisfaction and loyalty,"*European Journal of Marketing*, Vol 27 No. 9
- Tjjiptono,F.2005. Pemasaran Jasa, Edisi Pertama, Cetakan Pertama, Januari 2005. Yogyakarta: Bayumedia Publishing.
- Tjjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, 2005, *Service, Quality dan Satisfaction*. Yogyakarta.
- Zeithaml L, Valerie A, and Bitner,M.J. 1996. *Service Marketing*. The McGraw Hill Companies, Inc. Singapore.
- Zeithaml, V.A., Berry, L.L., & Parasuraman, A. 1996. The Behavioral Consequences of Service Quality. *Journal of Marketing*,60.