

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan pada bab 4, dengan menggunakan *Structural Equation Modeling*, maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

1. Hipotesis 1 yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Pisa Kafe Surabaya, diterima. Pengaruh tersebut positif (searah) dan signifikan. Hal ini berarti kualitas produk dapat meningkatkan pengaruh kepuasan pelanggan Pisa Kafe Surabaya.
2. Hipotesis 2 yang menyatakan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Pisa Kafe Surabaya, diterima. Pengaruh tersebut positif (searah) dan signifikan. Hal ini berarti harga dapat meningkatkan pengaruh kepuasan pelanggan Pisa Kafe Surabaya.
3. Hipotesis 3 yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Pisa Kafe Surabaya, diterima. Pengaruh tersebut positif (searah) dan signifikan. Hal ini berarti kualitas pelayanan dapat meningkatkan pengaruh kepuasan pelanggan Pisa Kafe Surabaya.
4. Hipotesis 4 yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Pisa Kafe Surabaya, diterima. Pengaruh tersebut positif (searah) dan signifikan. Hal ini berarti kepuasan pelanggan dapat meningkatkan pengaruh loyalitas pelanggan Pisa Kafe Surabaya.

5.2 Saran

Berdasarkan simpulan yang telah dikemukakan, maka dapat diberikan beberapa saran yang dapat menjadi bahan pertimbangan bagi

manajemen Pisa Kafe Manyar Kertoajo Surabaya dan peneliti selanjutnya:

5.2.1 Saran Praktis

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, saran praktis yang diberikan adalah sebagai berikut:

- a. Pada variabel kualitas produk, nilai rata-rata jawaban responden yang memiliki nilai terendah adalah indikator “makanan Pisa Kafe memiliki citra rasa yang sesuai dengan selera responden”. Untuk itu, saran yang diajukan, manajemen Pisa Kafe harus mempertahankan kualitas produk dan memberikan inovasi-inovasi terbaru dalam varian produk.
- b. Pada variabel harga, nilai rata-rata jawaban responden yang memiliki nilai terendah adalah indikator “keterjangkauan harga”. Untuk itu, saran yang diajukan, manajemen Pisa Kafe tidak hanya membuat suatu produk yang inovatif namun juga disesuaikan dengan harga yang dapat dijangkau oleh target pelanggannya.
- c. Pada variabel kualitas pelayanan, nilai rata-rata jawaban responden yang memiliki nilai terendah adalah indikator “kemoderenan fasilitas fisik yang dimiliki”. Untuk itu, saran yang diajukan, manajemen Pisa Kafe harus terus memperbarui kemoderenan fasilitas-fasilitas fisik yang dapat menunjang produktivitas pelayanannya.
- d. Pada variabel kepuasan pelanggan, nilai rata-rata jawaban responden yang memiliki nilai terendah adalah indikator “kepuasan pelanggan secara keseluruhan”. Untuk itu, saran yang diajukan, manajemen Pisa Kafe harus terus meningkatkan kualitas produk dan pelayanan yang dimiliki. Disamping itu harus menciptakan harga yang terjangkau serta melakukan berbagai kerja sama dengan bank dalam menciptakan promo-promo guna menarik para pelanggan.

- e. Pada variabel loyalitas pelanggan, nilai rata-rata jawaban responden yang memiliki nilai terendah adalah indikator “menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing”. Untuk itu, saran yang diajukan, manajemen Pisa Kafe sebaiknya menciptakan program-program yang diluncurkan secara berkala agar menarik pelanggan untuk membeli produk Pisa Kafe. Program tersebut dapat berupa kemudahan pembayaran, pembagian *merchandise* dengan ketentuan pembelian dan lain sebagainya.

5.2.2 Saran Akademik

Adapun keterbatasan dalam penelitian ini yang hanya menggunakan lima variabel saja. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya dapat menggunakan variabel yang sama untuk mempertimbangkan variabel-variabel lainnya yang berkaitan dan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, misalnya *brand image*, *experiential marketing*, dan *customer relationship*. Penelitian selanjutnya juga dapat menambahkan jumlah responden agar penelitian terhadap Pisa Kafe semakin terwakilkan secara keseluruhan.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Adi, A., F., R., 2012, Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Waroeng Spesial Sambal Cabang Lampersari Semarang), *Skripsi*, Semarang: Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Basith, A., Kumadji, S., dan Hidayat, K., 2014, Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan De'Pans Pancake and Waffle di Kota Malang), *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol.11, No. 1, Juni: 1-8.
- Durianto, D., Sugiarto, dan Tony, S., 2001, *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Fiani, M., S., dan Japarianto, E., 2012, Analisa Pengaruh Food Quality dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Roti Kecil Toko Roti Ganep's Di Kota Solo, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 1, No. 1: 1-6.
- Ghozali, I., dan Fuad., 2005, *Structural Equation Modeling Teori Konsep & Aplikasi dengan Program Lisrel 8.54*, Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Haghighi, M., Dorosti, A., Rahnama, A., dan Hoseinpour, A., 2012, Evaluation of Factors Affecting Customer Loyalty in The Restaurant Industry, Iran, *African Journal of Business Management*, Vol.6, No. 14, April: 5039-5046.
- <http://writing-contest.bisnis.com>, diakses 28 Januari 2016.
- <http://www.kafepisa.com>, diakses 25 November 2015.
- <http://www.wikipedia.com>, diakses 28 Januari 2016.
- <http://www.budpar.go.id> , diakses 20 Januari 2016.

- Huriyati, R., 2005, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Bandung: Alfabeta.
- Imroatin, D., 2015, *UK Petra Bersama Pemkot Surabaya Serahkan Restaurant Award*, Pojokpitu, 07 November 2015, diakses 07 Februari 2017. <http://pojokpitu.com/baca.php?idurut=17651>.
- Irawan, H., J., 2004. *Kepuasan Pelayanan Jasa*, Jakarta: Erlangga.
- Khoza, K., dan Harjati, L., 2012, Analisis Brand Trust dan Brand Loyalty Konsumen Garuda Indonesia, *Jurnal Institut Bisnis dan Informatika Indonesia*, Tahun ke-29, No. 324, Jakarta: 41-48.
- Kotler, P., 2000, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium, Terjemahan, Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Kotler, P., dan Armstrong, G., 2006, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi ke-12, Jilid 1, Jakarta: Erlangga.
- _____, 2012, *Marketing Management*, 14th Edition Global Edition : Pearson Edition.
- Kotler, P., dan Keller, K., L., 2008, *Manajemen Pemasaran*, Edisi ke-13 Jilid 1, Terjemahan, Jakarta: Erlangga.
- _____, 2008, *Manajemen Pemasaran*, Edisi ke-13 Jilid 2, Terjemahan, Jakarta: Erlangga.
- Latan, H., 2013, *Structural Equation Modeling: Konsep dan Aplikasi Menggunakan Program LISREL 8.80*, Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Lee, Y., Back, K., dan Kim, J., 2009, Family Restaurant Brand Personality and Its Impact On Customer's eMotion, Satisfaction, and Brand Loyalty, Korea, *Journal of Hospitality and Tourism Research*, Vol.33, No. 3, August: 305-328.
- Limsanny, 2009, Strategi Peningkatan Loyalitas Konsumen Dengan Diferensiasi, *Jurnal Psikologi*, Vol.7, No. 1, Juni: 24-27.
- Martin, D., Consuegra, Molina, A., dan Esteban, A., 2007, An Integrated Model of Price, Satisfaction and Loyalty: An Empirical Analysis in

the Service Sector, *Journal of Product and Brand Management*, Vol. 16, No. 7: 459-468.

- Nurullaili, dan Wijayanto, A., 2013, Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Tupperware (Studi Pada Konsumen Tupperware di Universitas Diponegoro), *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 2, No. 1, Maret: 89-97.
- Parasuranman, A., Zeithaml, V.,A., dan Berry, L., L., 1988, “SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality”, *Journal of retailing*, Vol. 64, Spring: 12-40.
- Prasetyo, W., B., 2013, Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Swalayan Luwes Purwodadi), *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol.7, No.1, Maret: 1-13.
- Putro, S., W., Samuel, H., Karina, R., dan Brahmana, 2014, Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol.2, No.1: 1-9.
- Rahmawati, R., 2010, Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan (Sebuah Kajian terhadap Bisnis Makanan), *Jurnal Teknubuga*, Vol. 2, No. 2, April: 66-79.
- Samuel, H., dan Foedjiawati, 2005, Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Kesetiaan Merek (Studi Kasus Restoran The Prime Steak And Ribs Surabaya), *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, Vol. 7, No.1, Maret: 74–82.
- Sangadji, E., M., dan Sopiah, 2013, *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai:Himpunan Jurnal Penelitian*, Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Selang, C., A., D., 2013, Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado, *Jurnal EMBA*, Vol. 1, No. 3, Juni: 71-80.
- Silalahi, G., A., 2003, *Metodologi dan Studi Kasus*, Sidoarjo: Citramedia

- Sugianto, J., dan Sugiharto, S., 2013, Analisa Pengaruh Service Quality, Food Quality, Dan Price Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Yung Ho Surabaya, *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Vol. 1, No. 2: 1–10.
- Sugiyono, 2010, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND*, Bandung : Alfabeta .
- Tjiptono, F., 2000. *Prinsip & Dinamika Pemasaran*, Edisi Pertama, Yogyakarta: J & J Learning.
- _____, 2005. *Pemasaran Jasa*, Malang: Bayumedia.
- _____, 2014, *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Yogyakarta: ANDI Yogyakarta.
- Ulfah, N., 2009, *Susahnya Memasak Si Wanita Karir*, detikHealth, 11 September 2009, diakses 25 November 2015, <http://health.detik.com>.
- Umar, H., 2003, *Metodologi Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka.
- Utami, C., W., 2010, *Manajemen Ritel*, Jakarta: Salemba Empat.
- Yamin, S., dan Kurniawan, H., 2009, *Structural Equation Modeling*, Jakarta: Salemba Infotek.