

## BAB 5

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Simpulan

Penelitian ini menguji Pengaruh *food quality* dan *service quality* terhadap *customer behavioral intention* melalui *customer satisfaction* dan *image* pada usaha kecil menengah kuliner di Tulungagung. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dengan menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM), maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

1. Hipotesis 1 yang menyatakan *food quality* berpengaruh signifikan terhadap *image* usaha kecil menengah kuliner pada usaha kecil menengah kuliner di Tulungagung, diterima. Pengaruh tersebut positif dan signifikan. Hal tersebut membuktikan bahwa *food quality* dapat meningkatkan pengaruh *image* pada usaha kecil menengah kuliner di Tulungagung.
2. Hipotesis 2 yang menyatakan *service quality* berpengaruh signifikan terhadap *image* usaha kecil menengah kuliner pada usaha kecil menengah kuliner di Tulungagung, diterima. Pengaruh tersebut positif dan signifikan. Hal tersebut membuktikan bahwa *service*

*quality* dapat meningkatkan pengaruh *image* pada usaha kecil menengah kuliner di Tulungagung.

3. Hipotesis 3 yang menyatakan *image* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* pada usaha kecil menengah kuliner di Tulungagung, diterima. Pengaruh tersebut positif dan signifikan. Hal tersebut membuktikan bahwa *image* dapat meningkatkan pengaruh *customer satisfaction* pada usaha kecil menengah kuliner di Tulungagung.
4. Hipotesis 4 yang menyatakan *customer satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *customer behavioral intention* pada usaha kecil menengah kuliner di Tulungagung, diterima. Pengaruh tersebut positif dan signifikan. Hal tersebut membuktikan bahwa *customer satisfaction* dapat meningkatkan pengaruh *customer behavioral intention* pada usaha kecil menengah kuliner di Tulungagung.
5. Hipotesis 5 yang menyatakan *food quality* berpengaruh signifikan terhadap *customer behavioral intention* melalui mediasi *image* dan *customer satisfaction* pada usaha kecil menengah kuliner di Tulungagung, ditolak. Pengaruh tersebut positif dan tidak signifikan. Hal tersebut membuktikan bahwa *food quality* dapat meningkatkan pengaruh *customer behavioral intention*

melalui mediasi *image* dan *customer satisfaction* pada usaha kecil menengah kuliner di Tulungagung akan tetapi pengaruh tersebut tidak signifikan.

6. Hipotesis 6 yang menyatakan *service quality* berpengaruh terhadap *customer behavioral intention* melalui mediasi *image* dan *customer satisfaction* pada usaha kecil menengah kuliner di Tulungagung, diterima. Pengaruh tersebut positif dan signifikan. Hal tersebut membuktikan bahwa *service quality* dapat meningkatkan pengaruh *customer behavioral intention* melalui mediasi *image* dan *customer satisfaction* pada usaha kecil menengah kuliner di Tulungagung.

## 5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Peningkatan *food quality* pada usaha kecil menengah kuliner di Tulungagung dapat dilakukan dengan cara terus meningkatkan dimensi *food quality* akan makanan seperti penggunaan kemasan yang menarik, meningkatkan citarasa makanan, menghadirkan menu baru yang belum ada, menggunakan inovasi baru dari pesaing lain (produk yang lebih unggul dari pesaing).

2. Pengelolaan terhadap *service quality* pada usaha kecil menengah kuliner di Tulungagung dapat dilakukan dengan cara mendengarkan keluhan konsumen, membuat prosedur pelayanan (SOP), membuat kegiatan CSR (*Corporate social responsibility*), serta memberikan informasi akurat kepada konsumen jika konsumen bertanya.
3. Peningkatan *image* pada usaha kecil menengah kuliner di Tulungagung dapat dilakukan dengan cara terus menjaga kualitas makanan yang segar, menjaga kualitas pelayanan yang diberikan, menjaga konsistensi jam operasional, menjaga kebersihan tempat.
4. Peningkatan *customer satisfaction* pada usaha kecil menengah kuliner di Tulungagung dapat dilakukan dengan cara memberikan daftar menu dan harga, .memberikan informasi yang jelas tentang produk yang tersedia, membuat iklan dengan meyakinkan.
5. Pengelolaan terhadap *customer behavioral intention* pada usaha kecil menengah kuliner di Tulungagung dapat dilakukan dengan cara mendengarkan keluhan konsumen akan produk, memberikan informasi akurat kepada konsumen, dan memberikan promosi-promosi yang lebih efektif.

6. Menggunakan variabel yang sama untuk dapat mempertimbangkan variabel-variabel lain yang berkaitan dengan *customer behavioral intention* dan *customer satisfaction* seperti *physical environment quality*.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Andaleeb, S.S. dan C. Conway. 2006. Customer Satisfaction in the Restaurant Industry : An Examination of the Transaction-Specific Model, *Journal of Services Marketing*, Vol. 20 No. I, pp. 3-11.
- Anderson E & Sullivan M. 1993. The antecedents and the consequences of customer satisfaction for firms. *Marketing Science*, 12: 125-143, Spring.
- Anderson, E. W., dan Mittal. 2000. "Strengthening the Satisfaction-Profit Chain." *Journal of Service Research*, Nov: 170-120.
- Bappeda. 2013. *Kabupaten Tulungagung* [DA Reader version]. Retrieved from <http://bappeda.jatimprov.go.id/bappeda/wp-content/uploads/potensi-kab-kota-2013/kab-tulungagung-2013.pdf>
- Badiezadeh, Fariddedin. 2011. Studying the Effect of Food Quality Dimensions (Physical Environment, Food and Services) on Mental Image of the Restaurant and Customers' Satisfaction and Intentions based on Kisang's Model, *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*
- Bendall-Lyon, Dawn and Thomas L. Powers. 2004. *The Impact of Structure and Process Attributes on Satisfaction and Behavioral Intentions*. *Journal of Services Marketing*. 18(2). 114-121.
- Bollen KA. 1989. *Structural Equation With Laten Variabels*. J Willey, Canada.

- Cooper, Donald R, Pamela S, Schindler., 2003. *Business Research Methods*. Eighth Edition . New York : McGraw-Hill/Irwin
- Echtner, C.M., dan Ritchie, J.R.B., 2003, "The Meaning and Measurement of Destination Image", *The Journal of Tourism Studies*, Vol. 14 (1) , pp. 37-48.
- Rijanto Erwin, 2015. *Profil Bisnis Usaha, Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)*. Retrieved from <http://www.bi.go.id/id/umkm/penelitian/nasional/kajian/Documents/Profil%20Bisnis%20UMKM.pdf>
- Ferdinand, A. 2000. *Structural Equation Modelling dalam Penelitian Manajemen*, Semarang : Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ferree, M. 1973. What is Food Quality?..*Journal of Food Distribution Research*, pp. 34-36. Getty, J.M and K.N. Thompson. 1994. The Relationship Between Quality, Satisfaction, and Recommending Behavior in Lodging Decision, *Journal of Hospitality and Leisure Marketing*, Vol 2 No. 3, pp. 3-22.
- Ghozali, I. 2008. *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program Amos 16.0*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam dan Fuad. (2005). *Structural Equation Modeling: Teori, konsep, dan aplikasi dengan lisrel 8.54*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hsu, M.K., Y. Huang, dan S. Swanson. 2009. Grocery Store Image, Travel Distance, Satisfaction, and Behavioral

Intentions, *International Journal of Retail and Distribution Management*, Vol. 38, No 2, pp 115-132.

- Hair, J.F. Jr, W.C. Black, B.J. Babin, dan R.E. Anderson. 2010. *Multivariate Data Analysis : A Global Perspective*, Seventh Edition. New Jersey : Pearson Publishing.
- Hair J.F. Jr, W.C. Black, B.J. Babin, dan R.E. Anderson. 2006. *Multivariate Data Analysis*, Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Han, H. and K. Ryu. 2006. Moderating Role of Personal Characteristics in Forming Restaurant Customer's Behavioral Intentions – An Upscale Restaurant Setting, *Journal of Hospitality and Leisure Marketing*, Vol. 15 No. 4
- Karlingger. 1985. *Asas-Asas Penelitian Behavioristik*. Yogyakarta. Penerbit UGM
- Koshki, Esmaeilpour, Ardestani. 2014. The Study On The Effects Of Environmental Quality, Food And Restaurant Services On Mental Image Of The Restaurant, Customer Perceived Value, Customer Satisfaction And Customer Behavioral Intentions: (Case Study Of Boroujerd's Restaurants), *Kuwait Chapter of Arabian Journal of Business and Management Review Vol. 3, No.10; June. 2014*
- Kotler dan Keller. 2012. *Marketing Management*, 14 th edition, *Global Edition*. New York : Pearson-Prentice Hall.



- Kotler, P. 2005. *Manajemen Pemasaran* (Edisi Terjemahan), 11 th edition. Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler Philip, 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2, Jakarta. Bumi Aksara
- Kotler Philip dan Armstrong, Garry, 2006, *Principles of Marketing*, 11 th edition, Prentice Hall, New Jersey.
- Kleynhans H.C. 2003. Leisure Tourist's Satisfaction Regarding Their Meal Experience at Lesedi Cultural Village, *Paper*, University of Pretoria : Faculty of Natural and Agriculture Sciences, Department of Consumer Science.
- Lovelock C., Wirtz J. 2016. *Service Marketing: People, Technology, Strategy*. 8<sup>th</sup> edition. New Jersey: Pearson
- Margareta dan Japariato Edwin 2012. The Determinants of Perceived Service Quality and Its Relationship with Satisfaction, *Journal of Services Marketing*, Vol. 14 No. 3.
- Martin Andrea. 2001 'Functional neuroimaging of semantic memory', in Cabaza, R. and Kingstone, A. (Eds.): *Functional Neuroimaging of Semantic Memory*, pp.153–186, MIT Press, Cambridge, Massachusetts.
- Oliver, R.L., 1999, "Whence Consumer Loyalty?", *Journal of Marketing*, Vol. 63 (Special Issue), pp. 33-44.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., Berry L.L., 1989, A Conceptual Model of Services Quality And Its Implication For Future Research, *Journal of*

*Marketing*, 1988, SERVQUAL: A Multiple- Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality , *Journal of Retailing*,

Olson Peter. J. Paul dan Jerry C Olson. 2008. *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran. Terjemahan*. Jakarta: Erlangga

Ryu Kisang, Heesup H., dan D. Pearlman. 2008. The Relationship Among Store Image, Perceived Value, Customer Satisfaction, and Behavioral Intentions in the Fast -Casual Restaurant Industry, *Journal of Business Management*.

Ryu Kisang dan Rie Han le. 2012. Influence of The Quality of Food, Service, and Physical Environment on Customer Satisfaction and Behavioral Intention in Quick-Casual Restaurants: Moderating Role of Perceive Price, *Journal of Hospitality & Tourism Research*, Vol. 34 No. 3 pp. 310-329.

Sangadji, E.M., dan Sopiah. 2013. *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Shemwell, DJ., U. Yavas, Z. Bilgin. 1998. Customer-Service Provider Relationships: An Empirical Test of a Model of Service Quality, Satisfaction, and Relationship Orientated Outcome, *International Journal of Service Industry Management*, Vol. 9, pp. 155-168.

Silalahi, G. A., 2006., *Metode Penelitian dan Studi Kasus*, Sidoarjo: Citramedia

- Singarimbun, M. 2001. *Metode Penelitian Survei*, edisi ketiga. Jakarta : Lembaga Penelitian, Pendidikan, dan Penerangan Ekonomi dan Sosial.
- Sugiyono. 2008., *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: C.V. Alfabeta.
- Tjiptono, F., 2008, *Service Managemen: Mewujudkan Layanan Prima*, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono, F., 2005. *Pemasaran Jasa. Cetakan pertama*. Malang: Bayu Media Publishing.
- Yamin, S. dan Kurniawan, H. (2009). Structural Equation Modeling: Belajar Lebih Mudah Teknik Analisis Data Kuesioner dengan Lisrel-PLS. Jakarta: Salemba Infotek.
- Zeithaml, V.A., Parasuraman, A. and Berry, L.L. 1985 'A conceptual model of service quality and its implications for future research', *Journal of Marketing*, Autumn, Vol. 49, No. 4, pp.41–50.
- Tung, W-C. 2003. A Customer Perception and Satisfaction Survey for a Chinese Buffet, *Research Paper*, University of Wisconsin-Stout : The Graduate School.