

## **BAB 5**

### **SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN**

#### **5.1. Simpulan**

Berdasarkan keseluruhan pembahasan, kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Brand image* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction* sehingga diambil kesimpulan bahwa semakin baik *brand image* yang dimiliki oleh Chatime, maka akan semakin meningkat pula kepuasan pelanggan yang dimiliki oleh pelanggan Chatime di Surabaya. Dengan demikian hipotesis 1 penelitian ini “*Brand image* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan Chatime di Surabaya”, diterima.
2. *Product quality* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction* sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa semakin baik kualitas produk yang dimiliki oleh Chatime, maka semakin meningkat pula kepuasan pelanggan pada pelanggan Chatime di Surabaya. Dengan demikian hipotesis 2 penelitian ini “*Product quality* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan Chatime di Surabaya”, diterima.
3. *Service quality* memiliki pengaruh positif terhadap *customer satisfaction* sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa semakin baik kualitas layanan yang dimiliki oleh Chatime, maka semakin meningkat pula kepuasan pelanggan pada pelanggan Chatime di Surabaya. Dengan demikian hipotesis 3 penelitian ini “*Service quality* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan Chatime di Surabaya”, diterima.
4. *Customer satisfaction* berpengaruh positif terhadap *customer loyalty* sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa semakin meningkat kepuasan Maka bisa disimpulkan bahwa jika pelanggan Chatime sudah merasa puas dengan *brand image*, *product quality*, dan *service quality*

yang dimiliki oleh Chatime maka muncul adanya kesetiaan dari pelanggan. Dengan demikian hipotesis 4 penelitian ini “*Customer satisfaction* berpengaruh positif terhadap *customer loyalty* pada pelanggan Chatime di Surabaya”, diterima.

5. *Brand image* berpengaruh positif terhadap *customer Loyalty* melalui *customer satisfaction* sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa jika pelanggan Chatime sudah merasa puas dengan citra merek yang dimiliki oleh Chatime maka muncul adanya kesetiaan dari pelanggan. Dengan demikian hipotesis 5 penelitian ini “*Brand image* berpengaruh positif terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction*”, diterima.
6. *Product quality* berpengaruh positif terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa jika pelanggan Chatime sudah merasa puas dengan kualitas produk yang dimiliki oleh Chatime maka muncul adanya kesetiaan dari pelanggan. Dengan demikian hipotesis 6 penelitian ini “*Product quality* berpengaruh positif terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction*”, diterima.
7. *Service quality* berpengaruh positif terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa jika pelanggan Chatime sudah merasa puas dengan kualitas layanan yang dimiliki oleh Chatime maka muncul adanya kesetiaan dari pelanggan. Dengan demikian hipotesis 7 penelitian ini “*Service quality* berpengaruh positif terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction*”, diterima.

## 5.2. Keterbatasan

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti memiliki keterbatasan yang mempengaruhi hasil serta kondisi penelitian ini. Keterbatasan tersebut adalah:

1. Penilaian mengenai Chatime ini hanya dilakukan di wilayah Surabaya, sehingga penilaian tentang Chatime tidak menyeluruh di Indonesia.
2. Faktor yang mempengaruhi kepuasan serta loyalitas pelanggan hanya dilihat dari *brand image*, *product quality*, dan *service quality*. Sedangkan masih banyak faktor yang dapat mengukur kepuasan serta loyalitas pelanggan.

### **5.3. Saran**

Berdasarkan dari keterbatasan penelitian serta keseluruhan pembahasan, maka saran yang diajukan peneliti adalah sebagai berikut:

#### **5.3.1. Saran Akademis**

Berdasarkan keterbatasan penelitian, saran untuk peneliti selanjutnya adalah dengan menambahkan serta menguji lebih banyak variabel yang mempengaruhi kepuasan serta loyalitas pelanggan.

#### **5.3.2. Saran Praktis**

Berdasarkan dari hasil penelitian, maka terdapat beberapa saran yang dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak Manajemen Chatime di Surabaya:

1. Pada variabel *brand image*, nilai rata-rata jawaban responden yang terendah adalah indikator “Porsi yang disajikan sesuai dengan keinginan saya”. Untuk itu saran yang dianjurkan bahwa manajemen Chatime perlu memberikan ukuran yang jelas pada gelas Chatime dan buku menu Chatime. Sehingga pelanggan dapat menyesuaikan dengan keinginannya.
2. Pada variabel *product quality*, nilai rata-rata jawaban terendah adalah indikator “Desain pada kemasan Chatime menarik”. Untuk itu saran yang dianjurkan adalah Chatime perlu meningkatkan lagi kreatifitas dalam mendesain kemasan Chatime. Seperti menambahkan gambar atau ukiran khas Chatime di setiap kemasan. Karena saat ini pelanggan sering

mengunggah makanan atau minuman yang mereka beli ke *social media*.

Untuk itu peningkatan desain sangat perlu ditingkatkan untuk saat ini.

3. Pada indikator *service quality*, rata-rata jawaban terendah adalah indikator “Fasilitas umum pada *outlet* Chatime sudah memadai ( parkir, tempat duduk)”. Untuk itu saran yang dapat diberikan kepada pihak Chatime adalah menambah fasilitas umum seperti tempat parkir dan tempat duduk. Mengingat Chatime di Surabaya mayoritas berada di Mall dan hanya satu yang membuka gerai sendiri di Jl. Darmo, di gerai tersebut sangat membutuhkan lahan parkir yang cukup luas karena banyak sekali pelanggan yang berkunjung khususnya di malam hari. Lalu mengenai tempat duduk juga *outlet* Chatime sangat kurang dalam fasilitas tersebut. Sehingga perlu adanya peningkatan jumlah tempat duduk agar pelanggan bisa lebih nyaman berada di *outlet* Chatime.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anwar Sutoyo. 2009. *Pemahaman Individu, Observasi, Checklist, Interviu, Kuesioner dan Sosiometri*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bareca.(2013). Chatime Pelopor Tea Café di Indonesia. Didapat dari <http://www.bakerymagazine.com/en/2013/01/05/chatime-pelopor-tea-cafe-di-indonesia/>. Diakses April 2018.
- Bastian, D. A. (2014). Analisa Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) terhadap Loyalitas Merek (Brand Loyalty) ADES PT. Ades Alfindo Putra Setia. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1), 1-9.
- Chandra, B., & Rita. (2015). Pengaruh Service Quality Terhadap Customer Behavioral Intention dengan Mediasi Customer Satisfaction ( Studi Kasus pada Jasa Reflexology di Jakarta) . *Jurnal Manajemen*, 12(1), 49-67.
- Durianto, D., Sugiarto., Sitinjak T. (2001). *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Gedalia, C. C., & Subagio, H. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan dan Brand Image terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening ( Studi Kasus Monopole Coffe Lab Surabaya). *Jurnal Manajemen Petra*, 3(1), 1-10.
- Herliza, R., & Saputri, M. E. (2016). Pengaruh Brand Image terhadap Kepuasan Pelanggan Studi pada ZARA di Mall PVJ Bandung . *e-Proceeding of Management*, 3(2), 1949-1955.
- Ho, P. K., & Sugiharto, S. (n.d.). (2017). Analisa Pengaruh Service Quality terhadap Customer Loyalty dengan Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening pada Celebrity Fitness Surabaya. *Jurnal Manajemen Petra*, 4(2), 1-11.
- Jimanto , R. B., & Kunto, Y. S. (2014). Pengaruh Service Quality terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening pada Ritel Bioskop The Premier Surabaya . *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1), 1-9.
- Koampa, S. H., Tumbuan, W. J., & Arie, F. V. (2017). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Nasabah pada AJB Bumiputera 1912 di Manado Cabang Sam Ratulangi. *Jurnal EMBA*, 5(1), 3622-3631.
- kontan.co.id.(2018). Tahun 2018 Industri Makanan dan Minuman Diperkirakan Tumbuh 10. Didapat dari <https://industri.kontan.co.id/news/tahun-2018-industri-makanan-minuman-diperkirakan-tumbuh-10>. Diakses April 2018.

- kontan.co.id.(2018). Food Truck Chatime Baru Layani Empat Kota. Didapat dari <https://industri.kontan.co.id/news/food-truck-chatime-baru-layani-empat-kota>. Diakses April 2018.
- Kontan.co.id.(2017). Bisnis makanan tumbuh 8,5% di tahun 2017. Didapat dari <https://industri.kontan.co.id/news/bisnis-makanan-tumbuh-85-di-tahun-2017>. Diakses April 2018.
- kontan.co.id. (2018). Inovasi dan promosi jadi strategi bisnis chatime. Didapat dari <https://industri.kontan.co.id/news/inovasi-dan-promosi-jadi-strategi-bisnis-chatime>. Diakses April 2018
- Kurniawati ,D., Suharyono, & Kusumawati , A. (2014). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan KFC Cabang Kawi Malang) . *Jurnal Administrasi Bisnis*, 14(2), 1-9.
- Mandagie, M., Sepang, J. L., & Lumanauw, B. (2014). Iklan dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Kartu GSM Tri di Manado. *Jurnal EMBA*, 2(3), 1575-1583.
- Nugraha, Y. C. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan (Studi Pada Konsumen Circle-K). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 4(1), 1-17.
- Onasie, N. P. (2015). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel Bintang Lima Pekanbaru. *Jom Fekon*, 2(1), 1-15.
- Pereira, D., Giantari, N. K., & Sukaatmadja, I. G. (2016). Pengaruh Service Quality terhadap Satisfaction dan Customer Loyalty Koperasi Dadirah di Dili Timor Leste. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 5: 455-488.
- Pirbadi, Dessy. (2014). Pengaruh Product Quality, Service Quality, Image terhadap Loyalty melalui Satisfaction pada Restoran Sunda di Jakarta. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 7(1), 177-198.
- Putri , N. A., Arifin, Z., & Wilopo . (2016). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Switching Barrier terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya pada Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 32(1), 128-134.
- Putro , S. W., Semuel, H., Karina , R., & Brahmana. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. *Jurnal Manajemen*, 2(1), 1-9.
- Risdianto , G. E., & Japariato, E. (n.d.). Pengaruh Customer Satisfaction dan Switching Barriers terhadap Customer Loyalty dengan Customer Trust

- sebagai Variabel Moderating pada Toko Buku Petra Togamas Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(2), 1-11.
- Saidani , B., & Arifin , S. (2012). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli pada Ranch Market. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 3(1), 1-22.
- Salim , F. F., & Dharmayanti, D. (2014). Pengaruh Brand Image dan Perceived Quality terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Mobil Toyota di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 29(1), 1-8.
- Sulaeman, E. R. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Charly VHT Family Karaoke Cabang Garut). *Jurnal Manajemen*, 14(2), 175-196.
- Swa. (2017). Feronia Wibowo Gigih Melejitkan Chatime. Diambil dari <https://swa.co.id/youngster-inc/entrepreneur-youngsterinc/feronia-wibowo-gigih-melejitkan-chatime>. Diakses April 2018.
- Syah, T. Y. (2013). Perbedaan Pengaruh Citra Merek dan Reputasi Perusahaan terhadap Kualitas Produk, Nilai Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan di Pasar Bisnis. *Jurnal ekonomi*, 4(2), 209-226.
- Syaparilwadi, P., & Wardhana, A. (2015). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada Perusahaan Konveksi Fazry. *E-Proceeding of Management*, 2: 3629-3640.
- Top Brand Award. (2016). Top Brand For Teens Index 2016. Diambil dari [http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top\\_brand\\_for\\_teens\\_index\\_2016](http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_for_teens_index_2016). Diakses April 2018.
- Top Brand Award. (2017). Top Brand For Teens Index 2017. Diambil dari [http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top\\_brand\\_for\\_teens\\_index\\_2017](http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_for_teens_index_2017). Diakses April 2018.
- Top Brand Award. (2018). Top Brand For Teens Index 2018. Diambil dari [http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top\\_brand\\_for\\_teens\\_index\\_2018](http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_for_teens_index_2018). Diakses April 2018.
- Tribun news. (2015). Gambaran Inilah yang Membuat Prospek Usaha Kuliner Makin Cerah. Diambil dari <http://www.tribunnews.com/travel/2015/02/19/gambaran-inilah-yang-membuat-prospek-usaha-kuliner-makin-cerah>. Diakses April 2018.
- Tribun news. (2016). Sepanjang Tahun 2016 ini Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman Stabil. Diambil dari <http://www.tribunnews.com/bisnis/2016/07/27/sepanjang-tahun-2016-ini-pertumbuhan-industri-makanan-dan-minuman-stabil>. Diakses April 2018.

- Yafie , A. S., Suharyono , & Abdillah, Y. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Jasa terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Food and Beverage 8 Oz Coffee Studio Malang) . *Jurnal Administrasi Bisnis*, 35(2), 11-19.
- Yamin, Sofyan dan Heri Kurniawan. (2009). *Struktural Equation Modeling: Belajar lebih mudah teknik analisis data kuisioner dengan lisrel - PLS*. Jakarta: Salemba Infotek.
- Yana , R. D., Suharyono, & Abdillah , Y. (2015). Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Konsumen Produk Busana Muslim Dian Pelangi di Malaysia). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 21(1), 1-7.
- Yu-Te Tu, Wang, C.-M., & Chang , H.-C. (2012). Corporate Brand Image and Customer Satisfaction on Loyalty: An Empirical Study of Starbucks Coffee in Taiwan . *Journal of Social and Development Sciences*, 3(1), 24-32.