

## **BAB 5**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Simpulan**

Berdasarkan pada hasil temuan penelitian, maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Hipotesis 1 dalam penelitian ini, yaitu bahwa kualitas makanan berpengaruh terhadap nilai yang dirasakan, diterima. Hal ini disebabkan karena kualitas produk dari Rumah Makan Bu Rudy Kupang Indah, Surabaya baik sehingga menyebabkan nilai yang dirasakan konsumen juga baik. Kualitas produk adalah faktor penting yang berpengaruh dalam penciptaan kepuasan konsumen dan merupakan senjata strategis yang potensial untuk mengalahkan pesaing, kualitas produk (makanan) yang diberikan mampu meningkatkan nilai yang dirasakan konsumen.
2. Hipotesis 2 menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap nilai yang dirasakan, diterima. Hal itu disebabkan bahwa Rumah Makan Bu Rudy Kupang Indah, Surabaya mengutamakan kualitas pelayanan yang baik sehingga membuat nilai yang dirasakan konsumen tinggi pula. Kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen.
3. Hipotesis 3 menyatakan bahwa kualitas lingkungan fisik berpengaruh terhadap nilai yang dirasakan, diterima. Apabila kualitas lingkungan fisik yang diberikan Rumah Makan Bu Rudy Kupang Indah, Surabaya baik maka akan meningkatkan nilai yang dirasakan konsumen. Kualitas lingkungan fisik adalah setiap ruang yang berada dikeliling konsumen ketika mereka menggunakan jasa atau mengonsumsi produk.

4. Hipotesis 4 menyatakan bahwa nilai yang dirasakan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, diterima. Ketika nilai yang dirasakan konsumen tinggi maka kepuasan konsumen juga ikut meningkat. Nilai yang dirasakan adalah perbandingan antara penilaian konsumen prospektif atas semua manfaat dan pengorbanan dari suatu penawaran terhadap alternatifnya.
5. Hipotesis 5 kualitas makanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen melalui nilai yang dirasakan, diterima. Hal ini terjadi karena Rumah Makan Bu Rudy Kupang Indah, Surabaya mengedepankan rasa makanan yang tentunya enak, penampilan makanan yang menarik, temperatur masakan yang selalu terjaga, dan selalu menggunakan bahan – bahan yang baru setiap harinya agar makanan yang disajikan selalu dalam keadaan yang *fresh* untuk dapat meningkatkan nilai yang dirasakan konsumen yang selanjutnya akan membuat konsumen merasa puas.
6. Hipotesis 6 kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen melalui nilai yang dirasakan, diterima. Hal ini dapat terjadi karena Rumah Makan Bu Rudy Kupang Indah, Surabaya mengutamakan pelayanan yang ramah, berpenampilan baik, dan dapat membuat konsumen merasa nyaman ketika berada di dalam rumah makan, maka hal ini akan membuat pelanggan membentuk nilai yang dirasakan konsumen yang baik.
7. Hipotesis 7 kualitas lingkungan fisik berpengaruh terhadap kepuasan konsumen melalui nilai yang dirasakan, diterima. Para konsumen Rumah Makan Bu Rudy Kupang Indah, Surabaya akan secara otomatis merasa puas pada produk dan jasa yang ditawarkan dengan melihat kualitas lingkungan fisik.

## **5.2 Saran**

### **5.2.1 Saran Akademis**

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian sejenis dapat menambah variabel lain seperti harga. Selain itu juga memperbarui subjek responden dan subjek penelitian.

### **5.2.2 Saran Praktis**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah ada, saran-saran yang dapat diberikan oleh peneliti kepada Rumah Makan Bu Rudy Kupang Indah, Surabaya adalah sebagai berikut:

1. Rumah Makan Bu Rudy Kupang Indah, Surabaya selalu memperhatikan lingkungan fisik di dalam rumah makan agar dapat meningkatkan kepuasan konsumen.
2. Rumah Makan Bu Rudy Kupang Indah, Surabaya agar selalu menjaga kualitas makanannya dan selalu berinovasi agar memunculkan menu makanan yang baru serta memberikan pelayanan terbaik bagi para konsumennya.

## DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Adixio, Riko, F., dan Laila, S., 2013, Pengaruh Kualitas Layanan dan Nilai yang Dirasakan terhadap Niat Pembelian Ulang Melalui Mediasi Kepuasan Pelanggan Restoran Solaria di Surabaya, *Journal of Business and Banking*, Vol. 3, No. 2, November: pp 151-164.
- Alfian, Yogi, Yusuf, W., dan Sannita, Tridewi, S., 2013, Pengujian Hubungan Kualitas Jasa, Perceived Value, dan Image terhadap Kepuasan Konsumen Authorized Apple Store Bandung. *Seminar Nasional IENACO*.
- Anwar, S., dan Amir, G., 2011, Impact of Perceived Value on Word of Mouth Endorsement and Customer Satisfaction: Mediating Role Of Repurchase Intentions, *International Journal of Economics and Management Sciences*, Vol. 1, No. 5, pp 46-54.
- Badan Pusat Statistik, 2010, Kependudukan, Penduduk Indonesia menurut Provinsi 1971, 1980, 1990, 1995, 2000 dan 2010.
- Basith, A., Srikandi, K., dan Kadarisman, H., 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 (JAB)*, Vol. 11 No. 1, Juni: pp 1-8.
- Bastos, J. A.R., and Gallego P.M., 2008, Pharmacies Customer Satisfaction and Loyalty: A Framework Analysis, *Journal of Marketing*, Universidad de Salamanca.
- Bitner, M. J., 1990, Evaluating Service Encounters: The Effects of Physical Surroundings and Employee Responses, *Journal of Marketing*, Vol. 54, April: pp 69-82.
- Bitner, M.J., 1992, Servicescape: The Impact of Physical Surroundings and Employees, *The Journal of Marketing*, Vol. 56, No. 2, April: pp 57-71.
- Brady, M.K., dan Cronin, J.J., 2001, Some New Thoughts on Conceptualizing Perceived Service Quality: A Hierarchical

Approach, *The Journal of Marketing*, Vol. 65, No. 3, July: pp 34-49.

Canny, I. U., 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*, Vol. 5, No. 1, February: pp 25-29.

Durianto, D., Sugiarto, dan Tony, S., 2001, *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Effendi, S., dan Tukiran. 2012. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.

Grunert, K.G., 2005, Food Quality and Safety: Consumer Perception and Deman, *European Review of Agricultural Economics*, Vol. 32, No. 3, pp 369–391.

Haery, Fariddedin A., dan Mozhdeh B., 2014, 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*, Vol. 4, No. 7, July: pp 415-424.

Irawan, D., dan Edwin J., 2013, Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan sebagai Variabel Intervening pada Pelanggan Restoran Porkee Surabaya, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 1, No. 2, pp 1-8.

Japarianto, E., 2014, Evaluasi Customer PT Pos Indonesia Ditinjau dari Kepuasan Kepercayaan dan Switching Barriers, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 8, No. 1, April: pp 18-26.

Kartajaya, Hermawan, 2009. *Service Operation*. Jakarta: Esensi.

Knight, John. B., dan Lendal H.K., 2000, *Quantity Food Production Planning and Management*, Third Edition, Canada: Simultaneously.

- Koshki, N., Hassan E., dan Abbas S.A., 2014, The Study On The Effects Of Environmental Quality, Food, and Restaurants Services On Mental Image of the Restaurants, 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.
- Kotler, P., dan Gary A., 2001, *Principles of Marketing*, Ninth edition, New Jersey: Prentice Hall, Inc
- Kotler, P., dan Kevin L.K., 2009, *Manajemen Pemasaran Jilid 1*, Edisi 13, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., 2005, *Manajemen Pemasaran Jilid 1*, Edisi 11, Jakarta: Index.
- Krisno, D., dan Hatane S., 2013., Pengaruh Perceived Quality, Perceived Sacrifice dan Perceived Value Terhadap Customer Satisfaction di Informa Innovative Furnishing Pakuwon City Surabaya, *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Vol. 1, No. 1, pp 1-12.
- Kristaung, R., 2006, Pengaruh Kualitas Interaksi, Kualitas Lingkungan Fisik, dan Kualitas Outcome terhadap Customer Relationship Marketing dan Retensi Pelanggan, *Jurnal Manajemen Krida Wacana*, Vol. 6, No. 3, September: pp 191-216.
- Lamidi, 2012, Hubungan antara Kualitas Pelayanan, Perceived Price, Kepuasan, dan Loyalitas Pelanggan, *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, Vol. 12, No. 2, Oktober: pp 143-156.
- Larasati, V., Ronald S., dan Amelia, 2013, Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Coffee Toffee Jatim Expo di Surabaya, *Jurnal Gema Aktualita*, Vol. 2, No. 2, Desember: pp 7-17.
- Lupioyadi, R., 2001, *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktek*, Jakarta: Salemba Empat.
- Nio, S.W., Derry W.K., Agustinus N., 2013, Analisa Persepsi Atas Five Aspect Meal Model dan Pengaruhnya terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Folks Coffee and Tea, *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, Vol. 2, No.1

- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., dan Berry, L.L., 1985, A Conceptual Model of Service Quality and its Implications for Future Research, *Journal of Marketing*, Vol. 49, No. 4, pp 41-50.
- Ryu, K., dan Heesup H., 2010, Influence of the Quality of Food, Service, and Physical Environment on Customer Satisfaction and Behavioural Intention in Quick-Casual Restaurants: Moderating Role of Perceived Price, *Journal of Hospitality & Tourism Research*, Vol. 34, No. 3, pp 310-329.
- Ryu. K., Heesup H., dan Tae-Hee K., 2008, The Relationships Among Overall Quick-Casual Restaurant Image, Perceived Value, Customer Satisfaction, and Behavioral Intentions, *International Journal of Hospitality Management*, Vol. 27, pp 459-469.
- Setiono, L., 2012, Pengaruh Variabel Trust, Perceived Value, Brand Attitude dan Customer Satisfaction Terhadap Customer Loyalty Pelanggan Mcdonalds Drive Thru di Surabaya, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, Vol. 1 No. 6.
- Setiyawati, A., 2009, Studi Kepuasan Pelanggan untuk Mencapai Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Konsumen Toko Bangunan Bangun Rejeki Semarang), Tesis, Universitas Diponegoro Semarang.
- Setyaningsih, R., Suyudi M., dan Harry S., 2007, Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Ekuitas Merek untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang (Studi Kasus pada Kedai Kopi Dôme di Surabaya), *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi*, Vol. 4, No. 2, Juli: pp 30-43.
- Soehartono, I., 2011, *Metode Penelitian Sosial: Suatu Teknik Penelitian Bidang Kesejahteraan Sosial dan Ilmu Sosial Lainnya*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sugianto, J., dan Sugiono 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, pp 1-10.
- Susilowati, dan Paulus O., 2013, Pengaruh Persepsi Konsumen pada Kualitas Makanan, Kualitas Layanan dan Harga terhadap

Keputusan Pembelian Konsumen di Loving Hut Surabaya, *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, Vol. 1, No. 1.

Sweeney, J.C., dan Soutar, G.N., 200,. Consumer Perceived Value: The Development of A Multiple Item Scale, *Journal of Retailing*, Vol. 77, pp 203-220.

Syamsiah, N., 2009, Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai yang Dirasakan Pelanggan untuk Menciptakan Kepuasan Pelanggan di RSUP Dokter Kariadi Semarang, Tesis, Universitas Diponegoro Semarang.

Tjiptono, F., 2001, *Manajemen Jasa Edisi Kedua Cetakan kedua*, Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, F., 2008, *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*, Yogyakarta: Andi.

Valentina, E.S., 2013, Pengaruh Kualitas Makanan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Kopitiam Mall Taman Anggrek, Thesis, Universitas Bina Nusantara.

Widjojo, P.O., 2013, Pengaruh Persepsi Nilai Pelanggan dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Hypermart Pakuwon Trade Center di Surabaya, *Kajian ilmiah Mahasiswa Manajemen (KAMMA)*, Vol. 2 No. 4.

Yamin, S., dan Heri K., 2009, *Structural Equation Modeling: Belajar Lebih Mudah Teknik Analisis Data Kuesioner dengan Lisrel-PLS*, Jakarta: Salemba Infotek.

Yuliarmi, N.M., dan Putu R., 2007, Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Pdam Kota Denpasar, *Buletin Studi Ekonomi*, Vol. 12, No. 1.

Zeithaml, V.A., Mary Jo B., dan Dwayne D.G., 2009, *Services Marketing-Integrating Customer Focus Across The Firm*, Fifth Edition, New York: McGraw Hill.