

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hipotesis 1 yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada Mc Donald's di Surabaya, diterima. Pengaruh tersebut signifikan.
2. Hipotesis 2 harga berpengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan pada Mc Donald's di Surabaya, diterima. Pengaruh tersebut signifikan.
3. Hipotesis 3 Citra perusahaan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada Mc Donald's di Surabaya, diterima. Pengaruh tersebut signifikan.
4. Hipotesis 4 Kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan pada Mc Donald's di Surabaya, diterima. Pengaruh tersebut signifikan.
5. Hipotesis 5 Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada Mc Donald's di Surabaya, diterima. Pengaruh tersebut signifikan.
6. Hipotesis 6 Harga berpengaruh negatif terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada Mc Donald's di Surabaya, diterima. Pengaruh tersebut signifikan.
7. Hipotesis 7 Citra perusahaan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada Mc Donald's di Surabaya, diterima. Pengaruh tersebut signifikan.

5.2. Saran

5.2.1. Saran Akademis

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi yang ingin melakukan penelitian sejenis atau melakukan penelitian lebih lanjut, khususnya mengenai konsep atau teori yang mendukung pengetahuan manajemen pemasaran. Khususnya yang terkait pengaruh kualitas pelayanan, harga, citra perusahaan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

5.2.2. Saran Praktis

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, saran yang diberikan oleh peneliti sebagai berikut:

1. Saran praktis untuk pengelolaan kualitas pelayanan

Saran yang dapat diberikan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan guna membangun loyalitas pelanggan pada Mc Donald's di Surabaya adalah dengan cara menerapkan standard kualitas pelayanan dan selalu meningkatkan kualitas pelayanan, agar pelanggan merasa lebih nyaman. Berdasarkan nilai statistik deskriptif, saat ini pelanggan sudah merasa nyaman dengan pelayanan yang diberikan Mc Donald's, akan lebih baik jika kualitas pelayanan ini terus ditingkatkan.

2. Saran praktis untuk pengelolaan harga

Dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan Mc Donald's di Surabaya wajib memperhatikan harga produk yang dijual kepada pelanggan. Karena berdasarkan hasil hipotesis yang didapat di penelitian ini harga berpengaruh negatif terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Artinya jika harga produk dari Mc Donald's naik maka kepuasan dan loyalitas pelanggan akan menurun.

3. Saran praktis untuk pengelolaan citra perusahaan

Citra perusahaan yang dimiliki Mc Donald's saat ini tergolong baik di mata pelanggan. Hal ini terbukti dari hasil statistik deskriptif pelanggan yang menganggap citra perusahaan Mc Donald's baik. Akan tetapi Mc Donald's wajib meningkatkan citra perusahaan dengan cara meningkatkan kualitas produk, kualitas pelayanan, kinerja, tanggung jawab sosial, pengiklanan, dan lain-lain.

4. Saran praktis untuk pengelolaan kepuasan pelanggan

Peningkatan kepuasan pelanggan Mc Donald's salah satunya dapat ditingkatkan dengan cara meningkatkan kualitas produk dan kualitas pelayanan. Walaupun berdasarkan hasil statistik deskriptif saat ini, pelanggan sudah merasa puas dengan kualitas pelayanan dan produk yang diberikan, tetapi alangkah baiknya Mc Donald's tidak mudah berpuas diri dan tetap meningkatkan kepuasan pelanggan melalui berbagai cara.

5. Saran praktis untuk pengelolaan loyalitas pelanggan

Dalam meningkatkan loyalitas pelanggan Mc Donald's di Surabaya wajib memperhatikan kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen dapat tercipta melalui kualitas pelayanan, harga, dan citra perusahaan yang diberikan Mc Donald's kepada pelanggan. Berdasarkan statistik deskriptif saat ini, pelanggan Mc Donald's memberikan respon yang positif (loyalitas) terhadap Mc Donald's di Surabaya.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Aaker, J. L., 1997, *Dimensions of brand personality. Journal of Marketing Research*, 34(August), 347–356
- Ajie, Farhan. 2011. 15 fakta tentang Mc Donald's. <http://apasajatm.blogspot.com/2011/09/inilah-15-fakta-nyata-tentang-mcdonald.html>. Diakses pada tanggal 10 Maret 2014, pukul 21.00 WIB.
- Alma, Buchari. 1992. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa: jilid 4*. Bandung: Alfabeta
- Amabile, T M., 1998, *How to kill creativity. Harvard Business Review* , September-October: 77-87
- Andreassen, T W., 1994, *Satisfaction, Loyalty and Reputation as Indicators of Customer Orientation in The Public Sectors,*”*International Journal of Public Sector Management*, Vol 7 No 2, (16-34)
- Ardianto Elvirano dan Soleh Soemirat., 2004, *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung: Rosdakarya
- Armstrong dan Kotler., 2003, *Dasar-dasar Pemasaran*, Jilid 1, Edisi Kesembilan, Penerbit PT. Indeks Gramedia, Jakarta
- Cannon, J P, W D Perreault, Jr, dan E J McCarthy., 2008, *Pemasaran Dasar: Pendekatan Manajerial Global*, Edisi 16 Jilid 1., Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Ciputra Enteprenurship. 2013. Belajar Strategi Bisnis Mc Donalds dan Starbuck.<http://www.ciputraentrepreneurship.com/rencana-bisnis/belajar-strategi-bisnis-mc-donalds-dan-starbuck>. Diakses pada tanggal 4 Maret 2014, pukul 19.00WIB.
- Cravens, David W., 1996, *Pemasaran Strategi*, edisi keempat. Jilid I. Jakarta: Penerbit Erlangga

- Darsono L I., 2004, *Loyalty&Disloyalty:Sebuah Pandangan Komperehensif dalam Analisa Loyalitas Pelanggan Kinerja*.
- Dharmayanti, Diah., 2006, *Analisa Dampak Service Performance dan Kepuasan sebagai Moderating Variable terhadap Loyalitas Nasabah*. Jurnal Ilmiah Univeritas Petra Surabaya.
- Didno., 2010. Mc Donald's Restoran Cepat Saji terbesar di Dunia. <http://www.didno76.com/2013/10/10-restoran-cepat-saji-terbesar-di-dunia.html>. Diakses pada tanggal 7Maret 2014, pukul 20.00WIB.
- Durianto, Darmadi, Sugiarto & Tony Sitinjak., 2001, *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*, Jakarta:Gramedia Pustaka Utama
- Griffin Jill., 1995, *Customer Loyalty: How to Earn it ,How toKeepit*. Lexington Books; Singapore. pok Gramedia.
- Griffin, Jill., 2005, *Customer Loyalty, Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Penerbit : Erlangga, Jakarta
- Handi, Irawan., 2002, 10 *Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta : Elex Media Komputindo.
- Henry Simamora., 2002, *Akuntansi Manajemen*, edisi 2, UPP AMP YKPN, Jakarta.
- Hu dan Huang., 2011, *Effects of Service Quality, Innovation and Corporate Image on Customer's Satisfaction and Loyalty of Air Cargo Terminal, International Journal* Vol.8, No. 4, 36–47.
- Hurriyati Ratih., 2008, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Alfabeta, Bandung.
- Kasali, Rhenald., 2003, *Manajemen Public Relations & Aplikasinya di Indonesia*, Jakarta, PT.Grafiti.
- Kotler, P, G Armstrong, J. Saunders, dan V. Wong, 1999, *Principles of Marketing, 2nd ed., USA: Prentice Hall Inc.*

- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip., 1997, *Manajemen Pemasaran (Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol)*. Prenhalindo; Jakarta
- Kotler, Philip., 2002, *Manajemen Pemasaran Edisi Millenium I* (Diterjemahkan Oleh Hendra Teguh dan Ronny A. Rusli). PT. Prenhalindo. Jakarta.
- Kotler, Philip., 2004, *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan dan Pengendalian*. Volume dua, Edisi Ketujuh. Penerbit Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Kotler, Philip., 2005, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT. Indeks Kelom
- Kotler, Keller., 2007, *Manajemen Pemasaran 1*. Edisi keduabelas. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, Keller., 2007, *Manajemen Pemasaran 2*. Edisi keduabelas. Jakarta: PT Indeks.
- Malik, Ghafoor, dan Iqbal., 2012, *Impact of Brand Image, Service Quality and price on customer satisfaction in Pakistan Telecommunication sector, International Journal of Business and Social Science* Vol. 3 No. 23.
- Mardalis Ahmad., 2005. *Meraih Loyalitas Pelanggan*, Balai Pustaka, Jakarta.
- Mc Donald's. <http://www.mcdonalds.co.id/>. Diakses pada tanggal 20 February 2014, pukul 21.00WIB.
- Musanto, Trisno., 2004, *Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan: Studi Kasus pada CV. Sarana Media Advertising Surabaya*. Jurnal Manajemen & Kewirausahaan Vol. 6, No. 2, September 2004

- Ngatmo, dan T Bodroastuti., 2012, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan pada PT. Sido Muncul Semarang.*
- Nisa., 2012., *Journal Of Influence Service Quality and Customer Perceived Value to Corporate Image On Laboratorium Klinik Pramita, Pajajaran, Bandung*
- Parasuraman, A, Zeithmal, V.A & Berry, L.L.1998, *SERVQUAL: A Multiple item scale for measuring consumer perceptions of service quality.*, *Journal of Retailing*, 64 (Spring), pp. 12-40
- Rangkuti, F., 2006, *Measuring Customer Satisfaction: Gaining Customer Relationship Strategy*, Jakarta: Penerbit Gramedia Pustaka Utama.
- R, Budi Tri Nugroho., 2011, *Pengaruh Harga, Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan sebagai Variabel Intervening. (Studi kasus pada konsumen minyak goreng Bimoli di wilayah Perumnas Krapyak). Under Graduates thesis, Universitas Negeri Semarang*
- Robbins, Stephen P., 2003, *Perilaku organisasi*. Jakarta : PT. Indeks Kelompok GRAMEDIA
- Rogers, Everett., 1983, *Diffussion of Innovation*, Canada: *The Free Press of Macmillan Publishing Co*
- Sakina Rakhma Diah Setiawan. Kompas.com. 2013. McDonald's Indonesia Terus Lakukan Ekspansi Bisnis. <http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2013/07/31/1303386/McDonald.s.Indonesia.Terus.Lakukan.Ekspansi.Bisnis>. Diakses pada tanggal 9 Maret 2014, pukul 22.30WIB.
- Sanjaya, Yasin., Sarjanaku.com. Pengertian Harga Menurut Para Ahli (Xie dan Shugan. 2000:230). <http://www.sarjanaku.com/2013/04/pengertian-harga-menurutpara-ahli.html>. Diakses pada tanggal 20 February 2014, pukul 22.00WIB.
- Santoso, S., 2011, *Structural Equation Modeling: Konsep dan Aplikasi dengan AMOS 18*, Jakarta: Penerbit PT. Elex Media Komputindo.

- Soemirat, Soleh dan Ardianto, Elvinaro., 2008, *Dasar-dasar Public Relations*, Bandung: PT.Remaja Rosada.
- Stanton, William J. 1998, *Prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Edisi 7, Erlangga, Jakarta.
- Steinmetz, Lauvence L., 1979, *Human Relations; People and Work*, Harper & Row, Publisher, New York.
- Sutisna., 2001. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Sutojo, S., 2004, *Membangun Citra Perusahaan*. Jakarta: PT.Damar Mulia Pustaka.
- Tjiptono dan Chandra., 2005, *Service Quality and Satisfaction*. Edisi2. Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono Fandy., 2000, *Manajemen Jasa*, Penerbit Andi Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy., 2002. *Manajemen Jasa*, Edisi II. Cetakan ketiga, Penerbit Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono Fandy., 2005, *Pemasaran Jasa*, Edisi Pertama, Bayu Media Publishing, Malang.
- Tjiptono Fandy., 2006, *Pemasaran Jasa. Edisi Pertama*, Cetakan Kedua, Penerbit Bayumedia Publishing, Malang.
- Umar, H., 2005, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, Jakarta: Penerbit Gramedia Pustaka Utama.
- William J Stanton., 1998, *Prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Edisi 7, Erlangga, Jakarta.
- Yamin, S dan H. Kurniawan., 2009, *Structural Equation Modeling: Belajar Lebih Mudah Teknik Analisis Data Kuesioner dengan Lisrel-PLS*, Jakarta: Penerbit Salemba Infotek.

Zeithaml, V.A and M.J Bitner., 2003, *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*, 3rd edition. Boston: Mc Graw Hill/Irwin

Zeithaml, Valarie A, Mary Jo Bitner dan Dwayne D. Gremler., 2009, *Services Marketing - Integrating Customer Focus Across Firm* 5th edition. Mc Graw-Hill New York.