

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini terdiri dari dua subbab, yaitu kesimpulan dan saran. Subbab kesimpulan berisi mengenai kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan. Subbab saran berisi mengenai saran untuk restoran X maupun penelitian selanjutnya.

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan pengumpulan data, pengolahan data, analisis, dan pembuatan usulan perbaikan yang telah dilakukan, diperoleh kesimpulan sebagai berikut.

1. Faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan di restoran X berdasarkan *transaction-specific model* ada tiga, yaitu daya tanggap, kualitas makanan, dan harga. Daya tanggap terdiri dari 6 butir pengukuran, yaitu pelayan memiliki sikap perhatian terhadap pengunjung, pelayan memiliki sikap suka menolong, pelayan berpenampilan rapi, pelayan mengerti apa yang dibutuhkan pengunjung, pelayan bersikap sopan, dan pelayan memiliki pengetahuan mengenai menu yang tersedia. Kualitas makanan terdiri dari 3 butir pengukuran, yaitu makanan yang disediakan restoran segar, suhu sesuai dengan apa yang diinginkan, dan makanan memiliki rasa lezat. Harga terdiri dari 2 butir pengukuran, yaitu harga makanan mahal dan harga yang harus dibayarkan lebih dari perkiraan.
2. Terdapat sebelas usulan perbaikan yang diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan di restoran X. Usulan tersebut didiskusikan dengan pihak restoran X. Dari sebelas usulan, sembilan usulan diterima oleh pihak restoran X, satu usulan dipertimbangkan, dan satu usulan ditolak. Usulan perbaikan yang diterima maupun dipertimbangkan tersebut dikelompokkan ke dalam 5 kategori, yaitu peningkatan pelayanan, modifikasi dokumen, pengendalian rasa makanan, pengadaan fasilitas, dan pengaturan harga. Usulan untuk pengaturan pelayanan adalah

penambahan materi *briefing* awal dan penerapan sistem *employee of the month*. Usulan untuk modifikasi dokumen adalah penambahan poin penilaian mengenai sikap pelayan pada form evaluasi, penambahan poin harga pada form evaluasi, dan penggantian *display* menu. Usulan untuk pengadaan fasilitas adalah penggunaan replika makanan dan penambahan *condiment* (bahan pelengkap). Usulan untuk pengendalian rasa makanan adalah evaluasi rasa makanan dengan cara *sampling*. Usulan untuk pengaturan harga adalah pembuatan paket makanan dan melakukan *benchmark* mengenai porsi maupun harga dari restoran serupa.

V.2 Saran

Saran akan diberikan untuk pihak restoran X. Saran untuk pihak restoran X adalah sebagai berikut.

1. Pihak restoran X sebaiknya menerapkan usulan yang telah diberikan agar kepuasan pelanggan restoran X dapat ditingkatkan.
2. Melakukan kontrol secara berkala terhadap usulan yang diterapkan agar hasil dari usulan dapat terlihat, dipertahankan, atau diperbaiki secara terus-menerus.

Saran juga akan diberikan untuk penelitian selanjutnya. Saran untuk penelitian selanjutnya adalah sebaiknya mencari menambahkan variabel atau butir pengukuran lain yang sesuai dengan industri restoran agar dapat mengetahui variabel lain yang memengaruhi kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Andaleeb, S.S. dan Conway, C. (2006). *Customer satisfaction in the restaurant industry: an examination of the transaction-specific model*. Journal of Service Marketing 20 (1), 3-11.
- Anwar, S. dan Gulzar, A. (2011). *Impact of Perceived Value On Word of Mouth Endorsement and Customer Satisfaction : Mediating Role of Repurchase Intention*. International Journal of Economics and Managements Services 1 (5), 46-54.
- Badan Pusat Statistik. (2018). Produk Domestik Bruto Indonesia Triwulanan 2014-2018. Indonesia : Badan Pusat Statistik Indonesia. Diunduh dari: <https://www.bps.go.id/publication/2018/10/05/02d80724b71eb684620a2e88/pdb-indonesia-triwulanan-2014-2018.html>.
- Bates, John E.G., dan Douglas, H. (1999). *Managing services marketing: Text and readings*. Orlando : The Dryden Press Harcourt Brace College Publisher.
- Budiaji, W. (2013). Skala Pengukuran dan Jumlah Respon Skala Likert. Jurnal Ilmu Pertanian dan Perikanan 2(2), 127-133.
- Dessler, Gary. (2015). *Human Resource Management 4th Edition*. United States of America: Courier Kendallville.
- Durbin, J. dan Watson, G.S. (1971). *Testing for Serial Correlation in Least Squares Regression, III*. Biometrika 58, 1-19.
- Ghozali, I. (2011). Aplikasi Analisis Multivariat dengan SPSS. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E. dan Tatham, R. L. (2010). *Multivariate Data Analysis 6th Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Hanashya, J. (2016). *Testing The Effects of Food Quality, Price Fairness, and Physical Environment on Customer Satisfaction in Fast Food Restaurant Industry*. Journal of Asian Business Strategy, 6(2), 31-40.

- Jones, T.O. dan Sasser, W.E. (1995) *Why Satisfied Customers Defect*. Harvard Business Review, 73, 88-99.
- Johanson, G.A. dan Brooks, G.P. (2009). *Initial Scale Development: Sample Size for Pilot Studies*. Educational and Psychological Measurement, 70(3), 394-400.
- Johnson, R.A. and Wichern, D.W. (2002). *Applied Multivariate Statistical Analysis*. Prentice Hall, New Jersey.
- Kotler, P. dan Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing 14th Edition*. New Jersey: Prentice Hall International, Inc.
- Kotler, P. 2002. *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Salemba Empat. Jakarta.
- Lupiyoadi, R. dan Hamdani, A. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- McDougall, G.H.C. and Levesque, T. (2000). *Customer Satisfaction with Services : Putting Perceived Value into the equation*. Journal of Service Marketing 14 (5), 392-410.
- Montgomery, D.C. dan Runger, G.C. (2003). *Applied Statistic And Probability For Engineers: 3rd Edition*. India: John Wiley & Sons, Inc.
- Namkung, Y dan Jang, S. (2007). *Does Food Quality Really Matter in Restaurant? Its impact On Customer Satisfaction and Behavioral Intentions*. Journal of Hospitality & Tourism Research 31(3), 387-409.
- Sekaran, U. (2003). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach: 4th Edition*. United States of America: John Wiley & Sons, Inc.
- 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 1(2), 1-10. Diunduh dari <http://studentjournal.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/download/884/786>.
- Sugiyono. (2007). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: CV Alfabeta.

Tjiptono, F. (2002). Strategi Pemasaran. Edisi Pertama. Andi Offset. Yogyakarta.

Unknown. (2015). <http://indonesiakreatif.bekraf.go.id/ikpro/wp-content/uploads/2015/07/Rencana-Pengembangan-Kuliner-Nasional.pdf>.
Diunduh pada tanggal 4 Desember 2018.

Zeithaml, V.A., Bitner, M.J., dan Dwayne, D. (2006). *Services Marketing – Integrating Customer Focus Across The Firm: 5th Edition*. New York: McGraw Hill.