

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan hasil analisis data, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Clay Resto dan Café Sidoarjo. Indikator berwujud (*Tangible*), keandalan (*Reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan dan kepastian (*Assurance*) serta empati (*Emphaty*) sangat penting dalam mempengaruhi seseorang dalam kepuasan pelanggan. Meningkatkan kualitas pelayanan secara rutin dan berkala akan sangat diperlukan agar dapat membuat konsumen merasa senang dan tertarik untuk menempatkan pilihannya ke resto tersebut, kecepatan dan ketepatan dalam memberikan pelayanan akan membuat para pelanggan merasa nyaman sehingga akan diharapkan dapat menciptakan loyalitas bagi para pelanggan.
2. Variabel lokasi berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Clay Resto dan Café Sidoarjo. Indikator kesediaan lahan parkir, memiliki tempat yang cukup luas, lokasi yang banyak dilalui transportasi dan lokasi yang strategis memiliki peran yang sangat penting dalam mempengaruhi kepuasan dari para pelanggan. Keempat indikator tersebut menjadi kunci penting apakah konsumen merasa puas.
3. Variabel harga berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Clay Resto dan Café Sidoarjo. Indikator keterjangkauan harga, kesesuaian





harga dengan kualitas produk, daya saing harga dan kesesuaian harga dengan manfaat memiliki peran penting dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan. Keempat indikator tersebut menjadi kunci penting apakah kepuasan yang diberikan kepada pelanggan mengalami kenaikan atau penurunan.

5.2 Saran

Berdasarkan simpulan diatas, maka dapat diajukan saran-saran sebagai berikut:

1. Hasil pembahasan yang telah dilakukan membuktikan bahwa indikator jaminan dan kepastian menjadi faktor yang paling besar dalam memberikan pengaruh kepada kepuasan pelanggan jika dibandingkan dengan indikator kualitas pelayanan lainnya. Pihak resto disarankan untuk terus berusaha meningkatkan kualitas pelayanan kepada para pelanggan terutama dalam hal menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Para karyawan hendaknya diberikan pelatihan tentang resto secara umum sehingga memiliki pengetahuan yang cukup untuk dapat memberikan pelayanan secara tepat dan cepat.
2. Hasil pembahasan yang telah dilakukan membuktikan bahwa indikator kesesuaian harga dengan kualitas produk merupakan faktor yang mendominasi dari variabel harga. Pihak resto disarankan agar dapat menyesuaikan tingkatan harga yang telah ditetapkan dengan kemampuan daya beli para konsumen dalam hal ini para pelanggan resto itu sendiri, sehingga diharapkan resto memperoleh pengaruh positif dengan tingkatan

harga yang sesuai dengan ekspektasi dari para pelanggan Clay Resto dan Café Sidoarjo.

3. Hasil pembahasan yang telah dilakukan membuktikan bahwa indikator lokasi yang strategis dan banyak dilalui transportasi menjadi faktor yang paling besar dalam memberikan pengaruh kepada kepuasan pelanggan jika dibandingkan dengan indikator lokasi lainnya. Pihak resto disarankan untuk terus berusaha memberikan petunjuk arah agar pelanggan yang akan datang tidak susah saat mencari resto ini.
4. Berdasarkan dari hasil penelitian dari variabel independent kualitas pelayanan (X1), lokasi (X2) dan harga (X3) yang berpengaruh adalah variabel harga (X3) sebesar $0.413 = 41,3\%$, sehingga Clay Resto dan Café Sidoarjo diharapkan lebih memperhatikan variabel harga (X3) agar tetap bisa bersaing dan tetap menjaga harga yang diberikan, dan mempengaruhi kepuasan pelanggan (Y) di Clay Resto dan Café Sidoarjo dan pelanggan akan datang kembali untuk menikmati makanan dan minuman yang disajikan oleh Clay Resto dan Café Sidoarjo.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, Manap. 2016. *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama, Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Aditia Indra. 2016. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan pada UD Pandan Wangi Semarang. *Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Manggala Semarang*.
- Agus, Priyanto. 2011. *Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Orang Tua, Siswa Terhadap Layanan Pendidikan di Sekolah (Studi pada Sekolah Unggulan di Kabupaten Jombang)*. STKIP PGRI Jombang.
- Ardhana, YM Kusuma. 2012. *PHP Menyelesaikan Website 30 Juta*. Jakarta: Jasakom.
- Aviliani, R dan Wilfridus, L. 1997. *Membangun Kepuasan Pelanggan Melalui Kualitas Pelayanan*. Usahawan No. 5.
- Bagus, Vincentius. 2018. *Pengaruh Promosi, Kualitas Layanan, Harga, dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen di Titik Kumpul Coffee and Eatery Surabaya*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 2, No.1, <http://repositori.ukdc.ac.id/id/eprint/183>.
- Budi, Agung Permana. 2013. *Manajemen Marketing Perhotelan*. CV Andi Offset: Yogyakarta.
- Daryanto dan Ismanto. 2014. *Pelayanan Prima*. Cetakan I Yogyakarta: Gava Media
- Fajar, Laksana. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu.
- Ferdinand, Augusty. 2013. *Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertai Ilmu Manajemen*. Edisi keempat. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fikri, dkk. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Mahasiswa. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Merdeka Malang. Vol.3 (No.1).
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Edisi kelima. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Harun Hargo. 2018. Kualitas Layanan, Harga, Lokasi dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan di Wisata Kuliner Gunung Sari Surabaya. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi. Universitas Katholik Darma Cendika. Surabaya.





- Harijanto, P., 2011. *Tata Laksana Malaria Untuk Indonesia* Jakarta :Buletin, Kementrian Kesehatan RI.
- Heizer, Jay dan Barry Render. 2015, *Operation Management (Manajemen Operasi)*, ed. 11, Penerjemah: Dwi Anoe-grah Wati S dan Indra Almahdy, Salemba Empat, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2010. *Manajemen pemasaran*. Edisi Tiga Belas Bahasa Indonesia. Jilid 1 dan 2. Jakarta: Erlangga.
- _____ dan Garry Amstrong. 2010. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Jilid 1 dan 2 Edisi Kedua Belas. Jakarta: Erlangga.
- _____ dan Garry Amstrong. 2012. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Ketiga Belas. Jakarta: Erlangga.
- _____ dan Garry Amstrong. 2013. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Edisi Kedua Belas. Penerbit Erlangga.
- _____ 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua Belas. Jakarta: Erlangga.
- Lewis, R.C. dan Booms, B.H. 1983. “*The Marketing Aspect of Service Quality*” in Berry, L., Shostack, G. and Upah, G. (eds). *Emerging Perspective On Services Marketing*: American Marketing Association Chicago.
- Lupiyoadi, Rambat. 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 3. Jakarta: Salemba Empat.
- _____ dan Hamdani, A. 2012. *Manajemen Pemasaran jasa*. Salemba Empat, Jakarta.
- Magda, Kartika. 2017. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada EL’S Coffee Kartini Bandar Lampung*. Jurnal Manajemen, Vol. 1, No.1, <http://digilib.unila./26866/3/SKRIPSI%20TANPA%20BAB%20PEMBAHASAN.pdf>
- Mulyono, Bayu Hadyanto, Yoestini , Rini Nugraheni, Mustofa Kamal. 2011. Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Perumahan Puri Mediterania Semarang). *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro*. Volume 4, Nomor 2, Juli, Tahun 2007, Halaman 91.
- Mintarwan Kevin. 2018. Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Depot Margo Nyaman Di Surabaya. *Skripsi. Fakultas Ekonomi. Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya*.
- Puspitasari, Puput. 2017. *Pengaruh Citra Merek (Brand Image), Harga dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen pada LBPP LIA Kartini Bandar Lampung*, Jurnal Riset Manajemen, Vol. 6, No.

<http://jurnal.fkip.unila.ac.id/index.php/JEE/article/view/16379> (Diakses 17 Juni 2020: Pk. 10.50).

Rusli, Muhammad. 2014. *Pengelolaan Statistik yang Menyenangkan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Sedarmayanti. 2014. *Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja*. Jakarta: Mandar Maju.

Suharjo. 2013. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.

Setiyaningrum, Ari, Jusuf, dan Effendi 2015. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

Sulastiyana, *et al.* 2015. Pengaruh Fasilitas Wisata dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Museum Satwa). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol 25. Hal.3

Weenas, Jackson R.S. 2013. Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta. *Jurnal EMBA*. Universitas Sam Ratulangi Manado. Vol.1 No.4 Desember 2013, Hal (607-618).

Vinitia Kaura Ch. S. Durga Prasad Sourabh Sharma. 2015. "Service Quality, Service Convenience, Price and Fairness, Customer Loyalty, and The Mediating Role Of Customer Satisfactio. *International Journal Of Bank Marketing*". Vol.33 Iss 4 pp.

