

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan hasil analisis data, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil analisis diperoleh bahwa *Product* (X1) tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Santan Restoran Hotel Arcadia Surabaya by Horison, hal ini dikarenakan pada saat tamu hotel maupun pelanggan memilih makan di Santan Restoran Hotel Arcadia Surabaya by Horison tidak melihat makanan enak dan makanan yang disajikan tersebut memiliki porsi yang banyak, yang dilihat bukti fisik (*physical evidence*) dan mereka merasa rasa dari makanan dan porsi yang disajikan sama dengan restoran yang lain.
2. Berdasarkan hasil analisis diperoleh bahwa *Price* (X2) tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Santan Restoran Hotel Arcadia Surabaya by Horison, hal ini dikarenakan pada saat tamu hotel maupun pelanggan memilih makan di Santan Restoran Hotel Arcadia Surabaya by Horison tidak melihat harga makanan atau minuman yang disajikan Santan Restoran sesuai dengan porsinya tetapi yang dilihat adalah bukti fisik atau *physical evidence* dan mereka merasa harga makanan atau minuman yang ditawarkan tidak jauh berbeda dengan yang ditawarkan restoran lain.
3. Berdasarkan hasil analisis diperoleh bahwa *Promotion* (X3) tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Santan Restoran Hotel Arcadia Surabaya by Horison, hal ini dikarenakan pada saat tamu hotel maupun pelanggan memilih



makan di Santan Restoran Hotel Arcadia Surabaya by Horison tidak melihat promosi yang dilakukan melaui media sosial dan informasi dari penjualan langsung oleh Santan Restoran tetapi yang di lihat adalah bukti fisik atau *physical evidence*.

4. Berdasarkan hasil analisis diperoleh bahwa *Place* (X4) tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Santan Restoran Hotel Arcadia Surabaya by Horison, hal ini dikarenakan pada saat tamu hotel maupun pelanggan memilih makan di Santan Restoran Hotel Arcadia Surabaya by Horison tidak melihat akses transportasi umum ke Santan Restoran yang beragam dan ruangan Santan Restoran yang luas tetapi yang dilihat adalah bukti fisik atau *physical evidene*.
5. Berdasarkan hasil analisis diperoleh bahwa *People* (X5) tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Santan Restoran Hotel Arcadia Surabaya by Horison, hal ini dikarenakan pada saat tamu hotel maupun pelanggan memilih makan di Santan Restoran Hotel Arcadia Surabaya by Horison merasa kepedulian karyawan dalam memberikan pelayanan pada pelanggan dan karyawan memiliki keterampilan dan kemampuan dalam melayani pelanggan tidak jauh berbeda dengan karyawan di restoran lain yang dilihat adalah bukti fisik atau *physical evidence*.
6. Berdasarkan hasil analisis diperoleh bahwa *Process* (X6) tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Santan Restoran Hotel Arcadia Surabaya By Horison, hal ini dikarenakan pada saat tamu hotel maupun pelanggan memilih makan di Santan Restoran Hotel Arcadia Surabaya by Horison tidak melihat proses pelayanan yang cepat dan mudah dan penyajian yang cepat karena



mereka merasa hal tersebut sama halnya yang didapatkan pada restoran yang lain tetapi yang mereka lihat adalah bukti fisik atau *physical evidence*.

7. Berdasarkan hasil analisis diperoleh bahwa *Physical Evidence* (X7) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Santan Restoran Hotel Arcadia Surabaya by Horison, hal ini disebabkan tamu hotel maupun pelanggan memilih makan di Santan Restoran Hotel Arcadia Surabaya by Horison karena merasa puas, menyukai design interior dari Santan Restoran Hotel Arcadia Surabaya by Horison, fasilitas yang memadai seperti : WiFi, temperatur ruangan dan penerangan sehingga mereka merasa nyaman dan ingin berlama – lama di restoran.

5.2 Saran

1. Disarankan kepada Hotel Arcadia Surabaya by Horison untuk mempertahankan suasana Santan Restoran dengan mendesign atau mendekor interior Santan Restoran Hotel Arcadia Surabaya by Horison dengan tema yang disesuaikan event atau hari – hari besar, kebersihan restoran selalu dipantau petugas kebersihan sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen Hotel Arcadia Surabaya by Horison.
2. Disarankan kepada peneliti selanjutnya mampu mengembangkan model dengan lebih baik, menambah variabel yang lain, dengan memperluas jumlah sampel dan lokasi penelitian sehingga peneliti bisa lebih mengetahui apakah pelanggan telah merasa puas atau belum dengan pelayanan yang diberikan.



DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, Firdayanti. (2015). *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Kepuasan Konsumen* (Pada Home Industry Moshimoshi Cake Samarinda). *Journal Administrasi Bisnis*
- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers
- Alma, Buchari (2011), *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Cetakan Kesembilan, Alfabeth, Bandung.
- Alma, Buchari. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Cv.Alfabeta, Hermawan Kartajaya, Bandung.
- _____. 2013. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Assauri, Sofjan. 2010. *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep & Strategi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- _____. (2012). *Strategic Marketing*. Cetakan Satu. Edisi Satu. Raja Grafindo Persada. Depok
- Cannon, Joseph P., William D. Perreault Jr. Dan Jerome Mccarthy. 2018. Alih Bahasa : Diana Angelica Dan Ria Cahyani. *Dasar-Dasar Pemasaran : Pendekatan Manajerial Global*. Buku 2. Edisi 16. Salemba Empat. Jakarta.
- Daryanto dan I Setyabudi. 2014. *Konsumen Dan Pelayanan Prima*. Gava Media. Yogyakarta
- _____. 2014. *Pendekatan Pembelajaran Saintifik Kurikulum 2013*. Penerbit Gava Media. Yogyakarta
- Firmansyah, Adhyatma. (2016). *Pengaruh Lokasi, Harga, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen* (Studi Kasusdi Soto Seger Mbok Giyem Cabang Sukoharjo).
- Fure, Hendra (2013). *Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Pada Pasar Traditional Bersehati Calaca*, Jurnal Emba, Vol.1 No.3.
- Hasan, Nur. (2019). *Pengaruh People, Process, Dan Physical Evidence Terhadap Kepuasan Konsumen* (Studi Pada Konsumen Pangkas Rambut Arjuna Way Halim Bandar Lampung).





Heizer, Jay dan Barry Render. (2015), *Operations Management (Manajemen Operasi)*, Ed.11, Penerjemah: Dwi Anoeagrah Wati S dan Indra Almahdy, Salemba Empat, Jakarta.

Hurriyati, Ratih (2015), *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Bandung Alfabeta

Kasmir, 2011, *Analisis Laporan Keuangan*, Raja Grafindo Persada: Jakarta.

Kholifah, Nur, (2015). *Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Nasabah BMT Amal Mulia Suruh Kabupaten Semarang*.

Kotler, Philip and Gary Armstrong, 2010. *Principles Of Marketing*, (Edisi 13), United Of States America : Pearson.

_____. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Tiga Belas Bahasa Indonesia. Jilid 1 Dan 2. Jakarta : Erlangga.

_____. dan Garry Armstrong. 2011. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi Keduabelas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga

_____. and Kevin Lane Keller, 2012. *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.

_____. dan Kevin Lane Keller. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid Satu. Erlangga : Jakarta

_____. dan Kevin Lane Keller. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi Ke Tigabelas, Terjemahan Bob Sabran, Mm . Jakarta: Erlangga.

Lestari, Ayu Indah. (2015). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen* (Studi Kasus Klinik Erha Skin Cirebon).

Lupiyoadi, Rambat. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Kedua, Salemba Empat, Jakarta

_____. dan Hamdani, A, 2016. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Kedua. Penerbit Salemba Empat: Jakarta.

Mulyono, Sri. 2017. *Statistika : Untuk Ekonomi dan Bisnis*. Edisi Keempat. Penerbit Mitra Wacana Media.

Mursid, M. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara.

Payne, Adrian, 2010, *The Essence Of Service Marketing Pemasaran Jasa*. Prentice Hall. Essence Of Management Series.



- Pratiwi, Hildha Aprilia. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Traveloka Di Yogyakarta*.
- Putri, Dinar Ardhiyanti. (2018). *Pengaruh Orang (People), Bukti Fisik (Physical Evidence), Dan Proses (Process) Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Bprs Suriyah Kc Semarang*.
- Ratnasari, Tri Ririn, Mastuti H Aksa. 2011 . *Manajemen Pemasaran Jasa*. Penerbit: Ghalia Indonesia
- Rusli, Muhammad. 2014. *Pengelolaan Statistik yang Menyenangkan*. Graha Ilmu
- Sanusi, Anwar. 2011, *Metode Penelitian Bisnis*. Salemba Empat, Jakarta
- Setyaningrum, Ari. 2015. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Cv. Andi Offset, Yogyakarta.
- Simamora, Bilson, 2013. *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif Dan Profitabel*, Edisi Pertama, Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Siregar, Syofian. 2014. *Statistik Parametrik dan Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual Dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Stanton, William J. 2013. *Prinsip Pemasaran*. Alih Bahasa Oleh Buchari Alma. Jilid Satu. Edisi Kesepuluh. Jakarta : Erlangga.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. (2013). *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT Refika Aditama Anggota Ikapi.
- Thoifah, I' anatut. 2015. *Statistika pendidikan dan Metode Penelitian Kuantitatif*. Malang: Madani.
- Tika, H. Moh. Pabundu, 2014. *Budaya Organisasi dan Peningkatan Kinerja Perusahaan*, Cetakan Pertama, Pt. Bhumi Aksara, Jakarta.
- Tjahjono, Amelia., Hatane Samuel dan Ritzky Karina M. R. Brahmana. (2013). *Analisa Marketing Mix, Lingkungan Sosial, Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pakaian Wanita*. Jurnal Manajemen Pemasaran Petra,02.

Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, 2012, *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta, Andi.

_____. 2013. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*, Edisi 2. Yogyakarta : Andi.

_____. dan Gregorius Chandra. 2016. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta. Andi.

Yuniarti, Vinna Sri, 2015, *Perilaku Konsumen*. Bandung : Pustaka Setia

Zeithaml, Valarie. A., M. J. Bitner dan D.D. Gremler. 2013. *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across The Firm 6 Thed*. Mc.Graw-Hill.Boston.

