

BAB V

PENUTUP

Dalam bab ini diuraikan tentang kesimpulan hasil penelitian dan saran-saran terhadap hasil penelitian.

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan dalam penelitian ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan (*SERVQUAL*) yang meliputi Bukti fisik (X1), Keandalan (X2), Daya tanggap (X3), Jaminan (X4), dan Empati (X5) mempunyai pengaruh yang signifikan (bermakna) secara terhadap kepuasan konsumen di Miami Chicken Kapanjen, dengan *R square* sebesar 64.1%. Berdasarkan Tabel 4.19 tersebut di atas, hipotesis yang dilakukan dengan uji F yaitu pengujian secara serentak (*simultan*) diperoleh hasil F_{hitung} sebesar 19.270 dengan nilai signifikansi (0.000) yang jauh lebih kecil dari alpha 0.05. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan dari Kualitas pelayanan (*SERVQUAL*) yang meliputi Bukti fisik (X1), Keandalan (X2), Daya tanggap (X3), Jaminan (X4), dan Empati (X5) terhadap kepuasan konsumen di Miami Chicken Kapanjen. Dimensi kualitas pelayanan terdiri dari, Bukti fisik (X1), Keandalan (X2), Daya tanggap (X3), Jaminan (X4), dan Empati (X5), menunjukkan nilai signifikansi yang berturut-turut sebesar 0.025, 0.020, 0.018, 0.044, dan 0.026 yang lebih kecil dari alpha 0.05. Maka dapat disimpulkan bahwa Bukti fisik (X1), Keandalan (X2), Daya tanggap (X3), Jaminan (X4), dan

Empati (X5) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen di Miami Chicken Kepanjen

2. Selanjutnya dari hasil analisis dapat diketahui bahwa variabel yang paling berpengaruh dominan adalah Daya tanggap (X3) dengan sumbangan efektif sebesar 14.88% dan mampu memberikan dampak yang positif terhadap peningkatan kepuasan konsumen di Miami Chicken Kepanjen.

B. SARAN

Berdasarkan kesimpulan dan pembahasan hasil penelitian, dikemukakan saran-saran sebagai berikut:

1. Dengan adanya penelitian ini, diketahui bahwasanya kepuasan konsumen di Miami Chicken Kepanjen, ternyata sangat dipengaruhi oleh Kualitas Pelayanan (*SERVQUAL*), terutama dipengaruhi paling besar oleh faktor Daya tanggap (X3) dan Bukti fisik (X1). Oleh karena itu, maka disarankan agar pihak Miami Chicken Kepanjen dapat meningkatkan Kualitas pelayanan (*serqual*) bagi konsumen terutama dalam faktor daya tanggap dan bukti fisik, sehingga hal ini akan meningkatkan kepuasan konsumen berkunjung ke Miami Chicken Kepanjen.
2. Penelitian lanjutan perlu dilakukan dengan memperluas variabel yang diteliti maupun pengembangan indikator serta item lain yang diduga juga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Miami Chicken Kepanjen, selain faktor kualitas pelayanan (*serqual*) yang meliputi Bukti fisik (X1), Keandalan (X2), Daya tanggap (X3), Jaminan (X4), dan Empati (X5),

yaitu antara lain pengaruh dari faktor *image* produk, promosi produk, lokasi yang strategis, dan sebagainya.

3. Jumlah sampel dalam penelitian ini hanya diperoleh dari 60 orang konsumen di Miami Chicken Kepanjen saja. Agar keputusan yang diperoleh dari hasil pengujian mempunyai kekuatan uji yang lebih besar, maka disarankan agar melakukan penelitian lanjutan dengan memperluas wilayah penelitian atau di perusahaan lain yang berbeda, sehingga hasil kesimpulan dari penelitian dapat lebih mewakili (*representatif*) terhadap populasi yang diamati.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdilah, Iqbal. 2012. *“Analisis pengaruh promosi penjualan, kualitas pelayanan, dan brand image terhadap loyalitas konsumen pada restoran cepat saji KFC”*. Jurnal. UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta.
- Agung, Anak Putu Agung. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Denpasar: Universitas Brawijaya Press.
- Arikunto, S. 2002. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: PT Asdi Maha Satya Masrun dalam Sugiyono, 2002:106).
- Ghozali, Imam. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi 1. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, M. Iqbal. 2002. *Pokok-pokok metodologi penelitian dan aplikasinya*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Kotler, dan Keller, K.L. 2009. *Marketing management (13th ed.)*. new Jersey: prentice Hall, Inc.
- Kotler. Philip dan Armstrong, Gary. 2012. *Prinsip-prinsip pemasaran*. Edisi 13 jilid 1. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2017. *Manajem pemasaran*. Edisi 12 jilid 1. PT. Indeks, Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani. 2006. *Manajemen pemasaran jasa*. Selemba Empat. Jakarta.
- Nurjanah, Siti. 2010. *“Pengaruh Merek dan citra produk dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening terhadap loyalitas konsumen”*. Jurnal. UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta.
- Sangadji, Etta Mamang dan sopiah. 2013. *Perilaku konsumen*. Andi Offset, Yogyakarta.
- Santoso, S. 2003. *Buku Statistik Multivariat*. Jakarta: Penerbit PT Elex Media Komputindo.
- Santoso, S. 2010. *Buku Statistik Multivariat*. Jakarta: Penerbit PT Elex Media Komputindo.
- Santoso, S. 2010. *Buku Statistik Parametrik*. Cetakan keempat. Jakarta: Penerbit PT Elex Media Komputindo.
- Sugiyono. 2003. *Statistika Untuk Penelitian*. Cetakan ke-5. Bandung: CV Alfabeta.

Sugiyono.2013. metode penelitian kuantatif,kualitatif dan R&D, cetakan 19.
Bandung. Alfabeta.

Sulaeman, Reynata, Elis. 2015. Pengaruh kualitas terhadap pelayanan(studi kasus
pada charly VHT Family karaoke cabang garut. Bandung : jurnal
manajemen. Vol .14.no.2.

Tjiptono, F. 2011. Pemasaran Jasa. Yogyakarta Andi.

<https://www.kajianpustaka.com/2013/04/pengertian-faktor-pengukuran-kepuasan-konsumen.html>

<http://skripsi-manajemen.blogspot.co.id/2011/03/pengertian-loyalitas-konsumen.html>

<http://etalasepustK.blogspot.co.id/2016/05/pengertian-dimensi-kualitas-pelayanan-menurut-para-ahli.html>

