

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Subbab ini merupakan penjelasan terkait penjabaran hasil penelitian dan pembuktian hipotesis.

1. Harga secara parsial berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan KFC di Surabaya.
2. Kualitas produk secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan KFC di Surabaya.
3. Kualitas layanan secara parsial berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan KFC di Surabaya.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pada penelitian yang dilakukan, terdapat beberapa keterbatasan pada penelitian ini. Beberapa keterbatasan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya untuk konsumen KFC di kota Surabaya, sehingga tidak dapat digeneralisasi
2. Nilai R^2 yang rendah atau kecil, sehingga memungkinkan variabel bebas yang lain lebih mempengaruhi kepuasan pelanggan sebagai variabel terikat.
3. Masih terdapat jawaban kuesioner yang tidak konsisten menurut pengamatan peneliti, karena responden yang cenderung kurang teliti terhadap pernyataan

yang ada sehingga terjadi tidak konsisten terhadap jawaban kuesioner. Hal ini bisa di antisipasi peneliti dengan cara mendampingi dan mengawasi responden dalam memilih jawaban agar responden fokus dalam menjawab pernyataan yang ada.

5.3 Saran

Berdasarkan dari hasil analisis yang telah dilakukan, peneliti memberikan saran sebagai masukan dan bahan pertimbangan. Adapun saran yang dapat diberikan peneliti adalah sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan
 - a. Strategi yang disarankan agar KFC tetap memiliki varian produk yang beragam yakni dengan tetap melakukan inovasi terkait dengan menu-menu di KFC tersebut misalnya menambahkan menu khusus yang baru menyesuaikan dengan hari besar yang ada di indonesia.
 - b. Strategi yang disarankan agar kualitas produk KFC yang cepat saji adalah dengan selalu melakukan pengecekan terhadap produk yang akan disajikan ke konsumen dengan harapan makanan tersebut terjaga kualitasnya sampai di tangan konsumen.
 - c. Strategi yang disarankan agar produk KFC sesuai dengan harapan pelanggan yakni dengan melakukan survei secara rutin ke konsumen mengenai produk KFC agar tetap sesuai dengan keinginan pelanggan.

d. Strategi yang disarankan agar produk KFC menjadi *best seller* yakni tetap berusaha meraih *TOP BRAND AWARDS* sehingga tetap menjadi pilihan nomer satu bagi konsumen.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Untuk populasi supaya diperluas agar mendapatkan hasil penelitian yang lebih baik
- b. Untuk jumlah sampel supaya lebih banyak untuk mendapatkan hasil yang lebih baik lagi.
- c. Untuk kuisioner lebih baik menambahkan pertanyaan terbuka pada kuisioner yang disediakan mengenai “Apakah alasan anda berkunjung ke Gerai KFC?”.

DAFTAR PUSTAKA

- Ari Prasetyo. 2012. Analisa pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. *Management Analysis Journal 1 (2) (2012)* hal 1-9.
- Gary, Armstrong dan Philip Kotler. 2011, *Marketing An Introduction*, Tenth Edition, New Jersey, Pearson Education inc
- Ian Antonius Ong, Sugiono Sugiharto. 2013. "Analisa pengaruh strategi diferensiasi, citra merek, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pelanggan di cincau station surabaya. Jurnal manajemen pemasaran vol. 1, no. 2, (2013) 1-11.
- Imam Ghazali. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20*. Edisi 6. Semarang : Badan Penerbit Univesitas Diponegoro
- Inka Janita sembiring, Suharyono, Andriani Kusumawati. 2014. "Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 15 No. 1 Oktober (2014) 1-10.
- Jahanshahi, Asghar Afshar., Gashti, Mohammad Ali Hajizadeh., Mirdamadi, Seyed Abbas., Nawaser, Khaled., Khaksar, Seyed Mohammad Sadeq. 2011. "Study the Effects of Customer Service and Product Quality on Customer Satisfaction and Loyalty". *International Journal of Humanities and Social Science*, Vol. 1 No. 7, 2011, 253-260
- Jajat Kristanto. 2011. *Manajemen Pemasaran Internasional: Sebuah Pendekatan Strategi*. Gelora Aksara Pratama
- Jogiyanto. 2011. *Pedoman Survei Kuesioner: Mengembangkan Kuesioner, Mengatasi Bias dan Meningkatkan Respon*. Edisi 2. Yogyakarta: BPFE
- Juliansyah Noor. 2013. *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Prenada Media Group
- Owusu, Alfred. 2013. "Influences of Price And Quality On Consumer Purchase Of Mobile Phone In The Kumasi Metropolis In Ghana A Comparative Study". *European Journal of Business and Management*, Vol.5, No.1, 2013, 179-199
- KFC. 2016. Profil Perusahaan. (<http://kfcindonesia.kfcku.com/profil-perusahaan-1>, di akses pada tanggal 25 Juli 2016)

Malik, Muhammad Ehsan., Ghafoor, Muhammad Mudasar., Iqbal, Hafiz Kashif. 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, December 2012, 123-129

Sandra M.C. Loureiroa., Idalina M. Dias Sardinhab., Lucas Reijndersc. 2012. "The effect of corporate social responsibility on consumer satisfaction and perceived value: the case of the automobile industry sector in Portugal". *Journal of Cleaner Production*, Vol. 3 No. 3, July 2012, 1-7.

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Alfabeta.

Sofjan Assauri. 2012. *Strategic Marketing: Sustaining Lifetime Customer Value*. Jakarta: Kharisma Putra Utama Offset

VanVoorhis, Carmen R. Wilson., Morgan, Betsy L. 2007. "Understanding Power and Rules of Thumb for Determining Sample Sizes". *Tutorials in Quantitative Methods for Psychology*, 2007, vol. 3 (2), p. 43-50.