

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Melalui hasil analisis yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa :

1. Kualitas layanan melalui dimensi *tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian hipotesis yang menduga bahwa Kualitas Layanan berpengaruh signifikan positif terhadap Kepuasan Konsumen telah terbukti kebenarannya dan dapat diterima.
2. Kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Dengan demikian hipotesis yang menduga bahwa Kepuasan Konsumen berpengaruh signifikan positif telah terbukti kebenarannya dan dapat diterima.

#### **5.2 Keterbatasan Penelitian**

Keterbatasan penelitian ini adalah jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini hanya sebanyak 100 responden dirasa masih belum representatif, sehingga belum cukup mewakili dan mampu untuk dilakukan generalisasi guna mendapatkan gambaran tentang kualitas layanan dan kepuasan konsumen berbasis loyalitas konsumen *Foot Court* Tunjungan Plaza di Surabaya.

### 5.3 Saran

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah disimpulkan, maka peneliti dapat memberikan saran yang dapat bermanfaat bagi pihak-pihak terkait :

#### 1. Bagi *Food Court* Tujungan Plaza Surabaya

Diharap para pemasar di bisnis kuliner dapat mengevaluasi kinerjanya, meningkatkan layanan seoptimal mungkin dan perusahaan tidak hanya menjadi bisnis yang sekedar mencari laba. Melihat betapa pentingnya kualitas pelayanan dan kepuasan yang berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.

#### 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk memperoleh hasil yang baik, maka disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk mengambil dan menggunakan jumlah responden yang lebih banyak dari penelitian ini sehingga dapat lebih representatif.

## DAFTAR RUJUKAN

- Chang, Hsi Yu., et al. 2006 A Study of Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty in Taiwanese Leisure Industry. *The Journal of American Academy of Business Vol 9*
- Durianto, 2001. *Strategi Menaklukan Pasar*. Gramedia. Jakarta.
- Fandy Tjiptono. 2006. *Pemasaran Jasa*. Malang : Bayu Media Publishing.
- \_\_\_\_\_, 2008. *Service Management : Mewujudkan Layanan Prima*. CV Andi Offset : Jogjakarta.
- Fredy Rangkuti. 2002. *Riset Pemasaran*. Jakarta : Gramedia.
- Griffin, Jill. 2005. *Customers Loyalty : edisi Revisi*. Erlangga : Jakarta.
- Imam Ghazali. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*. Semarang : BP UNDIP.
- Jogiyanto. 2008. *Metodologi Penelitian Sistem Informasi*. Yogyakarta : Andi
- Kotler, Philip, dan G. Armstrong. 2006. *Principles of Marketing, Prentice Hall, Inc*. Edisi Indeks Jakarta.
- Kotler, P and K. Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. PT Erlangga : Jakarta
- Malholtra, Naresh K. 2009. *Riset Pemasaran Pendekatan Terapan*. Edisi Keempat. Jakarta : Indeks.
- Rambat Lupiyoadi. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa "Teori dan Praktek"*. Salemba Empat. Jakarta.
- Rudi Sudiarto, *Perkembangan Kuliner di Surabaya*. Surabaya Post. 23 Nopember 2006. hal. 6.
- Sekaran, Uma. 2006. *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta : Salemba Empat.
- Sofyan Yamin dan Heri Kurniawan. 2009. *SPSS Complete Teknik Analisis Statistik Terlengkap dengan Software SPSS*. Jakarta. Salemba Infotek.
- Tariqand, Abdul Naveed, dan Nadia Moussaoui. 2009. The Main Antecedent of Customer Loyalty in Moroccan Banking Sector. *International Journal of Business and Management Science*.