

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah diungkapkan sebelumnya maka dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut :

1. Kualitas makanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada pengunjung restoran Kintan *Buffet* di Surabaya. Artinya, peningkatan pada Kualitas Makanan akan menyebabkan tingkat Kepuasan Pelanggan di Kintan *Buffet*. Sebaliknya, bilamana terjadi penurunan pada Kualitas Makanan akan menyebabkan tingkat Kepuasan Pelanggan di restoran Kintan *Buffet* akan turut meningkat secara signifikan.
2. Kualitas layanan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada pengunjung restoran Kintan *Buffet* di Surabaya. Artinya, peningkatan atau penurunan pada Kualitas Layanan tidak mampu mendorong perubahan Kepuasan Pelanggan Kintan *Buffet*.
3. Kualitas suasana secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada pengunjung restoran Kintan *Buffet* di Surabaya. Artinya, peningkatan pada Kualitas Suasana akan menyebabkan Kepuasan Pelanggan di Kintan *Buffet* turut meningkat secara signifikan. Sebaliknya, bilamana terjadi penurunan pada Kualitas Suasana akan menyebabkan Kepuasan Pelanggan di Kintan *Buffet* akan turut menurun secara signifikan.

4. Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada pengunjung restoran Kintan *Buffet* di Surabaya. Artinya, peningkatan pada persepsi Harga akan menyebabkan Kepuasan Pelanggan Kintan *Buffet* turut meningkat secara signifikan. Sebaliknya, bilamana terjadi penurunan pada persepsi Harga akan menyebabkan Kepuasan Pelanggan Kintan *Buffet* turut menurun secara signifikan.
5. Kualitas makanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada pengunjung restoran Hanamasa *Buffet* di Surabaya. Artinya, peningkatan pada Kualitas Makanan akan menyebabkan tingkat Kepuasan Pelanggan di Hanamasa *Buffet*. Sebaliknya, bilamana terjadi penurunan pada Kualitas Makanan akan menyebabkan tingkat Kepuasan Pelanggan di restoran Hanamasa *Buffet* akan turut meningkat secara signifikan.
6. Kualitas layanan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada pengunjung restoran Hanamasa *Buffet* di Surabaya. Artinya, peningkatan atau penurunan pada Kualitas Layanan tidak mampu mendorong perubahan Kepuasan Pelanggan Hanamasa *Buffet*.
7. Kualitas suasana secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada pengunjung restoran Hanamasa *Buffet* di Surabaya. Artinya, peningkatan pada Kualitas Suasana akan menyebabkan Kepuasan Pelanggan di Hanamasa *Buffet* turut meningkat secara signifikan. Sebaliknya, bilamana terjadi penurunan pada Kualitas Suasana akan menyebabkan Kepuasan Pelanggan di Hanamasa *Buffet* akan turut menurun secara signifikan.

8. Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada pengunjung restoran Hanamasa *Buffet* di Surabaya. Artinya, peningkatan pada persepsi Harga akan menyebabkan Kepuasan Pelanggan Hanamasa *Buffet* turut meningkat secara signifikan. Sebaliknya, bilamana terjadi penurunan pada persepsi Harga akan menyebabkan Kepuasan Pelanggan Hanamasa *Buffet* turut menurun secara signifikan.
9. Kualitas makanan, kualitas layanan, kualitas suasana dan harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang di moderasi oleh karakteristik konsumen pada restoran Kintan *Buffet* di Surabaya,. Pendidikan responden di restoran Kintan *Buffet* memiliki peran moderasi negatif pada hubungan Kualitas Suasana terhadap Kepuasan Pelanggan. Artinya, tingkat Kepuasan Pelanggan yang telah dipengaruhi oleh Kualitas Suasana akan semakin meningkat pada responden dengan tingkat pendidikan yang lebih rendah, sebaliknya tingkat Kepuasan Pelanggan yang telah dipengaruhi oleh Kualitas Suasana akan semakin menurun pada responden dengan tingkat pendidikan yang lebih tinggi.
10. Kualitas makanan, kualitas layanan, kualitas suasana dan harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang dimoderasi oleh karakteristik konsumen pada restoran Hanamasa *Buffet* di Surabaya. Pendidikan responden responden di restoran Hanamasa *Buffet* memiliki peran moderasi negatif pada hubungan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. Artinya, tingkat Kepuasan Pelanggan yang telah dipengaruhi oleh Persepsi Harga akan semakin meningkat pada responden dengan tingkat pendidikan

yang lebih rendah, sebaliknya tingkat Kepuasan Pelanggan yang telah dipengaruhi oleh Persepsi Harga akan semakin menurun pada responden dengan tingkat pendidikan yang lebih tinggi.

11. Tidak terdapat perbedaan secara signifikan antara kepuasan pelanggan pada pelanggan restoran Kintan *Buffet* dengan kepuasan pelanggan pada restoran Hanamasa *Buffet* di Surabaya. Artinya, ketika Kepuasan Pelanggan yang disebabkan pengaruh variabel Kualitas Makanan, Kualitas Layanan, Kualitas Suasana, dan Harga tercapai dengan baik di Kintan *Buffet*, maka hal yang sama akan berlaku pula di Hanamasa *Buffet*. Dengan kata lain, pengelolaan variabel-variabel yang sama di Kintan *Buffet* maupun Hanamasa *Buffet*, akan menyebabkan tingkat Kepuasan Pelanggan pada taraf yang serupa.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penyebaran data dilakukan sangat cepat dengan jumlah relatif sangat cepat sehingga peneliti kesulitan menemukan responden yang tepat dan bersedia memberikan tanggapan saat penyebaran data dilakukan.

5.3 Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka saran-saran yang berkaitan dengan penelitian ini, antara lain :

1. Kepada perusahaan Kintan Buffet dan Hanamasa Buffet
 - a. Hasil pengujian uji beda menunjukkan tidak terdapat perbedaan kepuasan pelanggan antara Kintan Buffet dan Hanamasa Buffet. Disarankan agar masing-masing manajemen mencari cara-cara yang kreatif agar terdapat

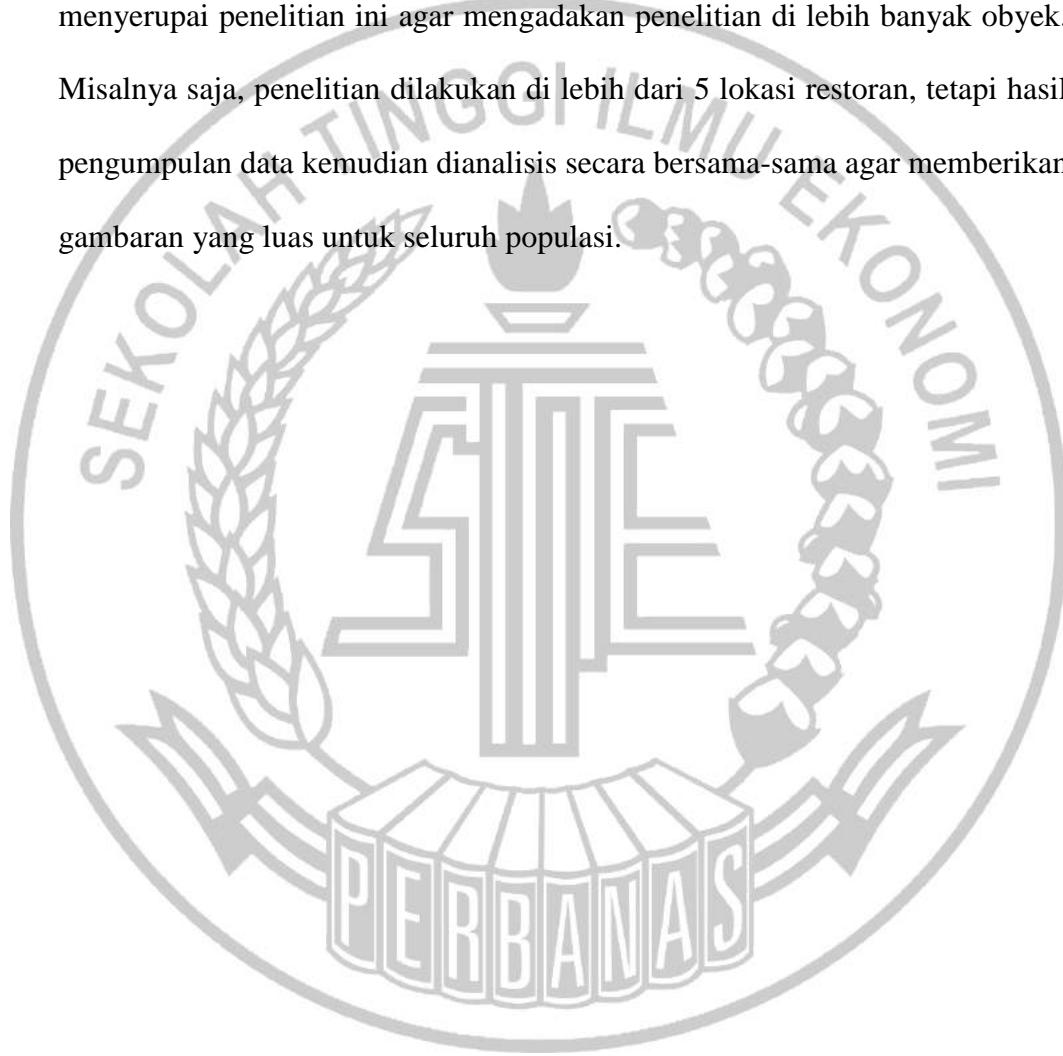
ciri khas yang membedakan kepuasan pelanggan antar kedua restoran. Kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh kualitas makanan, oleh karena itu kedua restoran ini hendaknya berlomba-lomba meningkatkan kualitas makanan di restorannya. Kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh kualitas suasana, oleh karena itu kedua restoran ini hendaknya memperbaiki dan meningkatkan suasana di restorannya agar masing-masing memiliki perbedaan untuk mendorong kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh harga, oleh karena itu kedua restoran ini hendaknya menciptakan tingkat harga yang khas agar memiliki perbedaan khas antar kedua restoran.

- b. Tingkat pendidikan memiliki peran moderasi dalam pengaruh kualitas suasana terhadap kepuasan pelanggan di restoran Kintan Buffet. Oleh karena itu, disarankan kepada pengelola restoran untuk menyediakan ruangan-ruangan khusus yang masing-masing memiliki perbedaan suasana kepada segmen konsumen berdasarkan pendidikannya. Misalnya, pada tanggal tertentu restoran Kintan Buffet dapat mengadakan promo kepada para lulusan strata satu atau strata dua dan diundang ke ruangan khusus di restoran ini. Diharapkan, dengan program promo ini
- c. Tingkat pendidikan memiliki peran moderasi dalam pengaruh kualitas suasana terhadap kepuasan pelanggan di restoran Kintan Buffet. Oleh karena itu, disarankan kepada pengelola restoran untuk mengadakan program promo potongan harga di saat-saat tertentu kepada para pelanggan dengan pendidikan sarjana atau pasca sarjana. Diharapkan, di masa

mendatang tingginya tingkat pendidikan tidak menjadikan kendala dalam penetapan harga.

2. Peneliti selanjutnya

Peneliti selanjutnya di kemudian hari yang ingin mengadakan penelitian menyerupai penelitian ini agar mengadakan penelitian di lebih banyak obyek. Misalnya saja, penelitian dilakukan di lebih dari 5 lokasi restoran, tetapi hasil pengumpulan data kemudian dianalisis secara bersama-sama agar memberikan gambaran yang luas untuk seluruh populasi.



DAFTAR PUSTAKA

- Adji Achmad Rinaldo Fernandes, Solimun Solimun, (2018) " The mediation effect of customer satisfaction in relationship between service quality, service orientation and marketing mix strategy to customer loyalty", *Journal of Management Development*,
- Aidin Namin, (2017), "Revisiting customers' perception of service quality in fast food restaurants" *Journal of Retailing and Consumer Services* 34 (2017) 70–81
- Arnoud Mouwen, (2015), " Drivers of customer satisfaction with public transport services ", *Transportation Research Part A* 78 (2015) 1–20
- Bashir, M. A. A., Zainol, N., & Wahab, A. M. F, (2015), "The impact of food quality and its attributes on customers'behavioral intention at Malay restaurants", *Faculty of Hotel and Tourism Management, UniversitiTeknologi MARA Pulau Pinang, Malaysia*
- Biao Zhang, Zetian Fu, Jian Huang, Jieqiong Wang, Shuyao Xu, Lingxian Zhang, (2018), "Consumers' perceptions, purchase intention, and willingness to pay a premium price for safe vegetables: A case study of Beijing, China" , *Journal of Cleaner Production*
- Chia-Lin Hsu, Chi-Ya Chang, Chutinart Yansritakul, (2017) , "Exploring purchase intention of green skincare products using the theory of planned behavior: Testing the moderating effects of country of origin and price sensitivity" , *Journal of Retailing and Consumer Services* 34 (2017) 145–152.
- Faizan Ali, Bidit Lal Dey, Raffaele Filieri, (2015) "An assessment of service quality and resulting customer satisfaction in Pakistan International Airlines: Findings from foreigners and overseas Pakistani customers", *International Journal of Quality & Reliability Management*, Vol. 32 Issue: 5,pp.486-502
- Imam Ghazali. 2012. *Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS ver 20.0* Semarang: BP UNDIP.
- Lai-Ying Leong , Teck-Soon Hew, Voon-Hsien Lee , Keng-Boon Ooi (2015), "An SEM–artificial-neural-network analysis of the relationships between SERVPERF, customer satisfaction and loyalty among low-cost and full-service airline" , *Expert Systems with Applications*
- Maxwell Sandada and Bright Matibiri (2016), An Investigation into the Impact of Service Quality, Frequent Flier Programs and Safety Perception on

Satisfaction and Customer Loyalty in the Airline Industry in Southern Africa. *South East European Journal of Economics and Business*, 11,41-53

Muhamad Saufiyudin Omar, Hashim Fadzil Ariffin, Rozila Ahmad (2015) , “The Relationship between Restaurant Ambience and Customers’ Satisfaction in Shah Alam Arabic Restaurants, Selangor” , *International Journal of Administration and Governance*, 1(4) Special 2015, Pages: 1-8

Muhammad Ali, Chin-Hong Puah, Norazirah Ayob, Syed Ali Raza (2019), “Factors influencing tourist’s satisfaction, loyalty and word of mouth in selection of local foods in Pakistan” *British Food Journal*

Pricilia Adji dan Hartono Subagio. 2013. “*Pengaruh Retain Mix Terhadap Keputusan Pembelian. Mahasiswa UK Petra di Circle K Siwalankerto Surabaya*”.Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Vol. 1. No. 2 2013 1-10.

Raditha Hapsari, Michael Clemes, David Dean (2016), “The Mediating Role of Perceived Value on the Relationship between Service Quality and Customer Satisfaction: Evidence from Indonesian Airline Passengers” ,*Procedia Economics and Finance* 35 (2016) 388 – 395

Ramakrishnan Ramanathan Yun Di Usha Ramanathan , (2016),"Moderating roles of customer characteristics on the link between service factors and satisfaction in a *buffet* restaurant", *Benchmarking: An International Journal*, Vol. 23 Iss 2 pp. –

Samuel Famiyeh, Disraeli Asante-Darko, Amoako Kwarteng,(2018) "Service quality, customer satisfaction, and loyalty in the banking sector: the moderating role of organizational culture", *International Journal of Quality & Reliability Management*,

Sugiyono, P. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Bandung, Jawa Barat, Indonesia: Penerbit Alfabeta Bandung.

Veljko Marinkovic Vladimir Senic Danijela Ivkov Darko Dimitrovski Marija Bjelic , (2014),"The antecedents of satisfaction and revisit intentions for full-service restaurants", *Marketing Intelligence & Planning*, Vol. 32 Iss 3 pp. 311 – 327

Veljko Marinkovic Vladimir Senic Predrag Mimovic , (2015),"Factors affecting choice and image of ethnic restaurants in Serbia", *British Food Journal*, Vol. 117 Iss 7 pp. 1903 – 1920

Vinita Kaura Ch. S. Durga Prasad Sourabh Sharma , (2015),"Service quality, service convenience, price and fairness, customer loyalty, and the

mediating role of customer satisfaction", *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 33 Iss 4 pp.-

Willy Abdillah, M. (2017). *Metode Penelitian Terpadu Sistem Informasi*. (R. I. Utami, Ed.) Yogyakarta, Jawa Tengah, Indonesia: Penerbit ANDI.

<https://m.liputan6.com/surabaya/read/4197865/data-surabaya-penduduk-kota-pahlawan-tembus-31-juta-pada-2019>

