

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah di jelaskan di bab sebelumnya, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel bebas dalam penelitian ini yang terdiri dari kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan program loyalitas secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan Kober Mie Setan cabang Surabaya adalah diterima serta terbukti kebenarannya.
2. Pengaruh terhadap masing-masing variabel bebas yakni kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan program loyalitas secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.
 - a) Kualitas layanan tidak berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan Kober Mie Setan cabang Surabaya.
 - b) Kepuasan Pelanggan tidak berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan Kober Mie Setan cabang Surabaya.
 - c) Program loyalitas berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan Kober Mie Setan cabang Surabaya.

5.2 Keterbatasan

Pada penyusunan penelitian ini masih terdapat banyak keterbatasan dan kekurangan diantaranya yaitu:

- a) Keterbatasan pada penelitian ini terletak pada kurang nyamannya para responden saat melakukan pengisian kuisioner karena tempat yang tidak memadai serta terlalu ramainya tempat penelitian, hal tersebut dapat mempengaruhi konsentrasi dan pemahan responden akan kuisioner.
- b) Pada penelitian ini seluruh responden memiliki umur antara 18-35 tahun yang didominasi oleh para remajahal tersebut belum secara maksimal mewakili responden yang masuk dalam kategori usia di atas 35 tahun yang termasuk pada golongan dewasa tua.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil analisis dari penelitian ini, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai bahan masukan serta tambahan gagasan baru sebagai bahan pertimbangan.

Adapun saran yang diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Pelaku Bisnis

- a) Dari hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan,hal ini terjadi karena para pelanggan merasa layanan yang ada pada Kober Mie Setan belum memenuhi keinginan mereka.Dengan demikian saran yang dapat diberikan untuk Kober Mie Setan Cabang Surabaya yaitu dengan terus mempertahankan kualitas rasa yang ada pada makanan, tidak mengurangi porsi makanan yang telah diberikan sebelumnya serta tidak mengurangi bahan pelengkap lain dari makanan tersebut. Selain mengenai rasa, inovasi pada produk juga perlu dilakukan untuk menghindari kejenuhan para pelanggan akan produk makanan yang telah ada. Sebelum para pelanggan mulai merasa jenuh, maka perlu adanya inovasi produk

yang menarik. Inovasi tersebut dapat berupa penambahan menu baru agar pelanggan mendapat kesempatan untuk memilih jenis produk yang lain dengan cara menciptakan jenis makanan baru yang lebih unik dan menarik agar pelanggan lebih tertarik untuk terus mencoba makanan yang ada pada Kober Mie Setan ini.

- b) Dari hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini terjadi karena layanan pada Kober Mie Setan belum memenuhi apa yang diharapkan oleh pelanggan, dalam hal ini kinerja pada karyawan belum maksimal dalam memberikan layanan yang mengakibatkan munculnya ketidakpuasan para pelanggan. Saran yang dapat diberikan kepada Kober Mie Setan adalah menjadikan Kober Mie Setan sebagai suatu tempat yang paling dicari untuk berkumpulnya para anak muda di kota Surabaya. Hal ini dapat dilakukan dengan cara memperbaiki suasana tempat menjadi lebih unik dan menarik agar para pelanggan merasa nyaman dan puas untuk datang ketempat tersebut. Memberikan konsep ruangan yang lebih modern dan kreatif agar sesuai dengan karakter anak muda yang sebagian besar adalah pelanggan Kober Mie Setan. Para pelanggan merasa ikut serta menjadi pelanggan Kober Mie Setan ditengah maraknya anak muda yang berdatangan ke tempat tersebut. Pada dasarnya terbentuknya tempat ini berawal pada sebuah komunitas yang terdiri dari para anak muda yang mengusulkan untuk mendirikan tempat kuliner ini, kata “KOBBER” sendiri merupakan singkatan dari “kelompok bermain” yang artinya para anak muda atau kalangan komunitas yang sering berkumpul menjadi satu. Saran lainnya adalah

menambahkan fasilitas yang ada pada tempat ini seperti menyediakan layar proyektor untuk dapat menyaksikan film atau pertandingan bola bersama pada acara tertentu seperti hari libur atau setiap hari sabtu dan minggu. Hal ini dapat menarik para pelanggan agar terus merasa puas akan tempat yang lebih menyenangkan dan memungkinkan para pelanggan untuk datang kembali.

- c) Dari hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa program loyalitas berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini karena para pelanggan merasa program loyalitas yang ada pada Kober Mie Setan mampu menjadikan para pelanggan bersikap loyal. Saran yang dapat diberikan kepada Kober Mie Setan ini dapat berupa penambahan program loyalitas yang lebih banyak seperti mengadakan *member card* yang dimungkinkan untuk para pelanggan menjadi anggota yang diakui sebagai pelanggan yang menerima keuntungan atas promosi yang ditawarkan oleh Kober Mie Setan. Sarana promosi lain yang saat ini hanya pada media social dapat dikembangkan kembali dengan penyebaran brosur atau promosi di media cetak yang targetnya lebih kepada kalangan anak muda yang ada di sekolah-sekolah atau di kampus. Hal ini dinilai cukup efektif untuk mendapatkan pelanggan yang lebih serta menjaga sikap loyal yang ada pada pelanggan.

2. Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan untuk peneliti lain dapat memperhatikan faktor-faktor lain atau variabel lain diluar penelitian model penelitian ini yang memiliki dampak pada loyalitas pelanggan, serta memahami dengan cermat obyek yang akan diteliti serta hubungan antara variabelnya agar mendapatkan hasil yang baik

DAFTAR RUJUKAN

- Akbar, M. M. & Parvez, N. (2009). Impact Of Service Quality, Trust & Customer Satisfaction On Customer Loyalty. *ABAC Journal*, 29(1): 24-38.
- Al-Rousan, Ramzi, M., Mohamed, B. (2010). Customer loyalty and the impacts of service quality: The case of five star hotels in Jordan. *International Journal of Human and Social Sciences*, 5(13): 124-139.
- Burhan Bungin. 2013. *Metodologi Penelitian Sosial & ekonomi*. PT.fajarinterpratama Mandiri
- Citizen.2013.*Makanannya Mie Setan, Minumnya Es Pocong*.(<http://citizen6.liputan6.com> , diakses 11 Desember 2014)
- Carmen R.Wilson Van Voorshis dan Betsy L.Morgan.2007.Understanding Power and Rules of Thumb for Determining Sample Sizes,*Tutorials in Quantitative Methods for Psychology* vol. 3 (2), p. 43-50.
- Cerri shpetim.2012.Exploring the Relationships among Service Quality,Satisfaction, Trust and Store Loyalty among Retail Customers.*Journal of Competitiveness*Vol. 4, pp.16-35.
- Cheng, C. C., Chiu, S., Hu, H. & Chang, Y. (2011). A study on exploring the relationship between customer satisfaction and loyalty in the fast food industry: With relationship inertia as a mediator. *African Journal of Business Management*, 5(13): 5118-5126.
- Tjiptono, Fandy. 2007. *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Andi Ofset.Yogyakarta.
- Fathor Rasi.2014.*Jatim Benahi Infrastruktur, Ribuan Usaha Kuliner Menjamur*.(<http://ekonomi.rimanews.com>, diakses 11 Desember 2014)
- Fast News Indonesia.2014. *Lagi hot waralaba makanan Pedas*. (<http://fastnewsindonesia.com>, diakses 10 Desember 2014)
- Gita Gowinda.2014.*Ratusan anak Muda Rela Antre demi Mie Setan*.(<http://news.detik.com> , diakses 11 Desember 2014)
- Imam Ghozali.2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*.Semarang : BP.UNDIP.
- Izzatul Mazidah.2014.*Pedas Nian Potensi Laba Usaha Mi Setan*. (<http://peluangusaha.kontan.co.id>, diakses 10 Desember 2014)
- Juliansyah Noor.2011.*Metodologi penelitian*.edisi pertama,Jakarta:penerbit Kencana Prenada Media Group
- Leenheer J, Van Heerde HJ, Bijmolt THA, Smidtsd A (2007). Do loyalty programs really enhance behavioral loyalty.An empirical analysis accounting for self-selecting members. *Int. J. Res. Mark.* 24(1):31-47.
- Malhotra, Naresh K. 2009. *Riset Pemasaran*. Edisi keempat Indeks.
- Nina Rahmayanty.2010.*Manajemen Pelayanan Prima*.Graha ilmu
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13, Jal penerbit Erlangga. Terjemahan.
- Philip Kotler dan Gary Armstrong. 2009. *Prinsip-prinsip Pemasaran*.Edisi 12, Jakarta : penerbit Erlangga. Terjemahan
- Richard Chinomona dan Maxwell Sandada.2013.Customer Satisfaction, Trust and Loyalty as Predictors of Customer Intention to Re-Purchase South African Retailing Industry.*Mediterranean Journal of Social Sciences MCSER Publishing, Rome-Ital, Vol 4 No 14*,pp.438-446

- Samraz Hafeez dan Bakhtiar Muhammad .2012.The Impact of Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty Programs on Customer's Loyalty: Evidence from Banking Sector of Pakistan. *International Journal of Business and Social Science*, Vol. 3 No. 16,.pp.200-209.
- Sondoh, S. L., Omar, W. N., Wahid, A. N., Ismail, I and Harun, A. (2007). The effect of brand image on overall satisfaction and loyalty intention in the context of color cosmetic.*Asian Academy of Management Journal*, 12(1): 83–107.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta
- Tang Saili, Zhang Mingli and Cheng Zhichao.2012. The effects of loyalty programs on customer loyalty:The mediating role of customer value and themoderating role of relationship benefits. *African Journal of Business Management*, Vol. 6(11), pp. 4295-4309
- Tony Wijaya.2011.*Manajemen Kualitas Jasa*.PT.Indeks
- Yang, Z. & Peterson, R. T. (2004). Customer perceived value, satisfaction, and loyalty: The role of switching Yu, C. J., Wu, L., Chiao, Y., Tai, H. (2005). Perceived quality, customer satisfaction, and customer loyalty: the case of Lexus in Taiwan. *Total Quality Management & Business Excellence*, 16(6): 707 - 719.costs. *Psychology & Marketing*, 21(10): 799–822.
- Yu, C. J., Wu, L., Chiao, Y., Tai, H. (2005). Perceived quality, customer satisfaction, and customer loyalty: the case of Lexus in Taiwan. *Total Quality Management & Business Excellence*, 16(6): 707 - 719.