

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan pada uraian bab sebelumnya maka dapat disimpulkan sebagai berikut ini.

1. Variabel bukti fisik (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) yang ditunjukkan dari nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $2,481 > t_{tabel}$  sebesar 1,661 dengan tingkat signifikansi  $0,015 < 0,05$ .
2. Variabel keandalan (X2) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) yang ditunjukkan dari nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $2,564 > t_{tabel}$  sebesar 1,661 dengan tingkat signifikansi  $0,012 < 0,05$ . Variabel keandalan memiliki pengaruh dominan diantara variabel dimensi kualitas pelayanan yang lain dan manajemen hubungan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan, dengan nilai *Unstandardized Coefficients Beta* sebesar 35,8 %.
3. Variabel daya tanggap (X3) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) yang ditunjukkan dari nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,070  $> t_{tabel}$  sebesar 1,661 dengan tingkat signifikansi  $0,041 < 0,05$ .
4. Variabel jaminan (X4) tidak berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) yang ditunjukkan dari nilai  $t_{hitung}$  sebesar 0,136  $< t_{tabel}$  sebesar 1,661 dengan tingkat signifikansi  $0,892 > 0,05$ .

5. Variabel empati (X5) tidak berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) yang ditunjukkan dari nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $-0,835 < t_{tabel}$  sebesar  $1,661$  dengan tingkat signifikansi  $0,406 > 0,05$ .
6. Variabel manajemen hubungan pelanggan (X6) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) yang ditunjukkan dari nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $2,103 > t_{tabel}$  sebesar  $1,661$  dengan tingkat signifikansi  $0,038 < 0,05$ .

## **B. Implikasi Manajerial**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka implikasi manajerial yang bisa diterapkan pada Restoran Penyet Ria Madiun adalah sebagai berikut ini.

1. Hasil penelitian variabel bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga perlu dipertahankan atau ditingkatkan agar selalu dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan. Restoran dapat melakukan pengaturan tata letak jarak antar meja agar tidak terlalu berdekatan, menambah jumlah kipas angin yang tersedia agar pelanggan merasa lebih nyaman dan setiap meja perlu disediakan asbak rokok supaya lebih terjaga kebersihan restoran.
2. Variabel keandalan merupakan variabel yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga perlu dipertahankan atau ditingkatkan agar selalu dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan, misalnya dengan menambah jumlah menu baru agar pelanggan tidak

merasa bosan dan selalu memperhatikan jumlah persediaan bahan makanan untuk mencegah adanya menu yang tidak tersedia.

3. Hasil penelitian variabel daya tanggap berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga perlu dipertahankan atau ditingkatkan agar selalu dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan, misalnya karyawan lebih tanggap terhadap keluhan dan masalah pelanggan. Selain itu, melakukan evaluasi juga sangat diperlukan apabila menemukan kesalahan dalam pelayanan yang diberikan. Evaluasi harus diiringi dengan penyelesaian masalah dan perubahan agar tidak terulang kembali kesalahan yang sama.
4. Hasil penelitian variabel jaminan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, meskipun tanggapan responden terhadap variabel jaminan pada restoran Penyet Ria Madiun rata-rata tinggi. Sehingga jaminan yang diberikan restoran perlu dipertahankan untuk dapat menciptakan kepuasan pelanggan. Faktor jaminan yang dapat diberikan restoran harus lebih memperhatikan mengenai menu yang memang merupakan faktor penting untuk menciptakan kepuasan pelanggan pada saat datang ke restoran. Misalnya dengan menambah porsi menu paketan agar sesuai dengan harapan pelanggan dan mampu memberikan jaminan mengenai pengalaman makan di restoran Penyet Ria Madiun menjadi menyenangkan.
5. Hasil penelitian variabel empati tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, meskipun tanggapan responden terhadap variabel

empati pada restoran Penyet Ria Madiun rata-rata tinggi. Sehingga empati yang diberikan restoran perlu dipertahankan untuk dapat menciptakan kepuasan pelanggan, misalnya pihak restoran berupaya mencari faktor empati lainnya yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan selain faktor empati yang disebutkan dalam penelitian ini sehingga mampu membuat pelanggan merasa puas. Faktor empati lainnya yang bisa diberikan oleh restoran Penyet Ria Madiun adalah dengan menyediakan media untuk menyampaikan saran dan pendapat dari para pelanggan, sehingga strategi restoran dalam memberikan pelayanan dapat sesuai dengan yang diharapkan pelanggan.

6. Hasil penelitian variabel manajemen hubungan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, sehingga perlu dipertahankan atau ditingkatkan agar selalu dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan. Keterbatasan dalam penggunaan pelayanan pembayaran kartu kredit dan debit yang hanya berjumlah dua jenis kartu yang ada di restoran Penyet Ria Madiun, yaitu kartu BCA dan Mandiri. Hal ini perlu menjadi perhatian pihak restoran untuk menambah jumlah kartu kredit dan debit yang tersedia di restoran. Karyawan juga harus mampu menciptakan komunikasi yang baik dan efektif kepada pelanggan dan menjaga hubungan kemitraan antara restoran dan pelanggan agar selalu terjalin dengan baik.

### **C. Keterbatasan Penelitian**

1. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini hanya berjumlah 100 mengingat banyaknya jumlah pelanggan pada restoran Penyet Ria Madiun.
2. Variabel bebas yang diteliti dalam penelitian ini hanya berjumlah enam variabel.
3. Pada saat pengisian kuesioner tidak disertai dengan wawancara terhadap responden.
4. Indikator pengukuran kepuasan pelanggan yang digunakan dalam penelitian ini tidak menggunakan restoran sebagai objek penelitian.
5. Indikator pengukuran manajemen hubungan pelanggan dalam penelitian ini kurang lengkap dan kurang menjelaskan mengenai kondisi yang sebenarnya.

### **D. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut ini.

1. Penelitian selanjutnya diharapkan menambahkan jumlah populasi dan sampel sehingga dapat menjelaskan hubungan antara variabel dengan kondisi yang sebenarnya.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan menambah variabel lain sebagai pendorong terciptanya kepuasan pelanggan seperti variabel kualitas produk dan harga.

3. Pada saat pengumpulan data bisa dilakukan wawancara terhadap responden dengan tujuan untuk mengetahui kondisi yang sebenarnya yang dirasakan responden.
4. Indikator kepuasan pelanggan sebaiknya mempertimbangkan objek penelitian termasuk produk yang dihasilkan.
5. Indikator pengukuran manajemen hubungan pelanggan lebih disempurnakan, misalnya dengan mengembangkan dimensi dan indikator pengukuran manajemen hubungan pelanggan dan mengukurnya dari sudut pandang pengelola (manajer pemasaran) serta dengan menambah artikel mengenai pengukuran manajemen hubungan pelanggan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ariestonandri, Prima. 2006. *Marketing Research for Beginner*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Bhaskara, Satriyo U.P, Silvya L. Mandey, Olivia Nelwan. 2014. "Customer Relationship Management (CRM) dan Personal Selling Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Virgo Ekspres Tours & Travel Manado". *Jurnal EMBA* 99. Vol. 2. No.1 hal. 99-110. ISSN: 2303-1174.
- Buttle, Francis. 2007. *Customer Relationship Management (Manajemen Hubungan Pelanggan)*. Diterjemahkan dan diterbitkan oleh Bayumedia Publishing: Malang.
- Darmansyah. 2012. "Pengaruh Total Quality Service terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah di Bengkulu". *Jurnal Aplikasi Manajemen*. Vol. 10. No. 4 hal. 868-879. ISSN: 1693-5241.
- Djalal, Abdul. 2006. "Studi Pengaruh Implementasi Customer Relationship Management (CRM) terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan". *Electronic Journal Of Industrial Research*. Vol. 3. No. 1 hal. 75-88.
- Ersi, Dzikiryati Yuni dan Hatane Semuel. 2014. "Analysis CRM, Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Produk UKM Berbasis Bahan Baku Terigu di Jawa Timur". *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol. 8. No. 1 hal. 1-8. ISSN: 1907-235X.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*: Semarang: Badan Penerbitan Universitas Diponegoro.
- Griselda, Gretel dan Tagor Muda Panjaitan. 2007. "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Pulau Dua". *DeReMa Jurnal Manajemen*. Vol. 2. No.1 hal. 39-62.
- Indriantoro, Nurt dan Bambang Supomo. 2002. *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Management*. Edisi Pertama. Yogyakarta: YPFE.
- Irawan, Handi. 2002. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 1997. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Edisi pertama. Jakarta: PT Prenhallindo.

- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 edisi tiga belas. Jakarta: Erlangga.
- \_\_\_\_\_. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2 edisi tiga belas. Jakarta: Erlangga.
- Paramarta,Wayan Arya, 2009. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Pizza HUT Gatot Subroto Denpasar”. *Forum Manajemen*. Vol. 6. No. 2 hal. 43-55.
- Parasuraman A., Valarie A. Zeithaml and Leonard L. Berry. 1985. A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*. Vol. 49. No. 4. pp. 41-50.
- \_\_\_\_\_. 1988. "SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality". *Journal of Retailing*. Vol. 64. No. 1. pp. 12-40.
- Putri, Kadek Indri Novita Sari dan I Nyoman Nurcaya. 2013. “Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa terhadap Kepuasan Pelanggan D&I *Skin Centre* Denpasar”. *E-Jurnal*. Vol. 2. No. 8 hal. 918-937.
- Rangkuti, Freddy. 2002. *Measuring Customer Satisfaction*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sasongko, Felita dan Hartono Subagio. 2013. “Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Ayam Penyet Ria Surabaya”. *Jurnal Manajemen Pemasaran PETRA*. Vol. 1. No. 2 hal. 1-7.
- Sugiyono. 2014. *Cara Mudah Menyusun: Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Bandung: Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. 2014. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sukesi dan Hadi. 2012. “Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Service PT Auto 2000 di Surabaya”. *Jurnal Mitra Ekonomi dan Manajemen Bisnis*. Vol. 3. No. 2 hal. 171-182. ISSN 2087-1090.
- Supranto, J. 2003. *Metode Riset*. Edisi Ketujuh. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Umar, Husein. 2000. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Utami, Christina Whidya. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.

Winata, Made Mardhi dan Ni Wayan Ekawati. 2013. “Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Simpan Pinjam Koperasi Pegawai Negeri Praja Kantor Gubernur Bali”. Hal. 436-450.

Yasid. 2001. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Ekonisia.

[http://www.penyetriamadiun.blogspot.com/2014\\_09\\_01](http://www.penyetriamadiun.blogspot.com/2014_09_01)