

BAB V

SIMPULAN

5.1 SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dianalisis menggunakan alat bantu program *SPSS 25.0 for Windows* mengenai pengaruh *service quality*, *food quality* terhadap *customer loyalty* dengan *customer satisfaction* sebagai variabel intervening, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh *service quality* terhadap *customer satisfaction*. Hal ini menunjukkan bahwa *service quality* bisa dijadikan sebagai dasar bagi konsumen untuk membeli di MIE KIRO Kebumen. Semakin tinggi *service quality* (kualitas pelayanan) terhadap restoran MIE KIRO maka semakin tinggi juga sikap puas konsumen terhadap restoran MIE KIRO Kebumen.
2. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh *food quality* (kualitas makanan) terhadap *customer satisfaction*. Hal ini menunjukkan bahwa *food quality* bisa dijadikan sebagai dasar bagi konsumen untuk membeli di MIE KIRO Kebumen. Semakin baik kualitas makanan yang diberikan maka semakin tinggi juga sikap puas konsumen terhadap restoran MIE KIRO Kebumen.

3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *service quality* tidak berpengaruh terhadap *customer loyalty* pada restoran MIE KIRO Kebumen. Artinya sikap konsumen di Kabupaten Kebumen melakukan pembelian pembelian secara berulang 2-3 kali dalam satu bulan bukan berarti bahwa mereka adalah pelanggan yang loyal.
4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *food quality* berpengaruh terhadap *customer loyalty*. Artinya konsumen restoran MIE KIRO di Kabupaten Kebumen semakin baik *food quality* (kualitas makanan) yang diberikan baik kualitasnya, maka semakin tinggi pelanggan akan melakukan pembelian secara berulang.
5. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *customer satisfaction* berpengaruh terhadap *customer loyalty*. Hal ini menunjukkan bahwa *customer satisfaction* bisa dijadikan sebagai dasar pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian di restoran MIE KIRO di Kebumen. Semakin puas konsumen terhadap restoran semakin tinggi konsumen dalam melakukan pembelian terhadap restoran MIE KIRO Kebumen.
6. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *service quality* tidak berpengaruh terhadap *customer loyalty* dengan variabel *customer satisfaction* sebagai variabel intervening. Hal ini menunjukkan bahwa *service quality* tidak bisa dijadikan sebagai dasar

pertimbangan pada restoran MIE KIRO Kebumen. Kepuasan pelanggan yang diciptakan oleh konsumen bisa dikarenakan faktor lain.

7. Hasil menunjukkan bahwa variabel *food quality* dapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty* dengan *customer satisfaction* sebagai variabel intervening. Semakin baik kualitas makanan (rasa, tekstur, dan temperatur) yang diberikan kepada pelanggan, semakin tinggi pula kepuasan yang akan dirasakan oleh pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *customer satisfaction* dapat memediasi antara *food quality* terhadap *customer loyalty* pada restora MIE KIRO Kebumen.

5.1.1 Keterbatasan

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang sudah dilakukan di atas, adapun keterbatasan pada penelitian ini. Keterbatasan tersebut yaitu :

1. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan Penelitian ini menjelaskan penelitian ini dipengaruhi oleh *service quality*, *food quality*, dan *customer satisfaction*. Oleh karena itu, kepada peneliti selanjutnya disarankan menguji kembali variabel dalam penelitian ini dan menambahkan faktor lain yang dapat mempengaruhi *customer loyalty* . Penelitiian ini dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya.

2. Akibat dari keterbatasan berbagai faktor di atas maka penelitian ini masih banyak kekurangannya, untuk itu penulis dengan senang hati menerima kritikan dan saran-saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan penelitian ini.

5.2 Implikasi

5.2.1 Implikasi Praktis

Hasil penelitian ini memberikan implikasi pada kebijakan yang dilakukan oleh konsumen yang berniat membeli di restoran MIE KIRO Kebumen untuk :

Service quality dan *food quality* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* pada Restoran MIE KIRO Kebumen. Implikasi dari penelitian ini, pelaku bisnis harus menyadari dan memperhatikan pengalaman konsumen bisa diperoleh melalui layanan dan produk yang bisa dinikmati dengan harapan konsumen untuk menciptakan kepuasan konsumen. Pengalaman konsumen bisa dipengaruhi oleh konsumen yang ingin mendapatkan layanan yang mereka inginkan dan juga konsumen yang ingin menikmati berbagai makanan dan minuman yang berada di Restoran MIE KIRO Kebumen.

Customer satisfaction (Kepuasan konsumen) adalah faktor penting yang mampu mempengaruhi *customer loyalty* pada restoran. Dan restoran MIE KIRO Kebumen harus sangat memperhatikan

kepuasan dari pelanggannya ketika melakukan pembelian, ketika kepuasan telah dirasakan oleh para konsumen, maka pembelian ulang yang dialami oleh pelanggan restoran MIE KIRO Kebumen juga akan tinggi. Cara yang dilakukan oleh restoran melalui *service quality* yaitu karyawan melayani pelanggan dengan respon cepat tanggap kepada konsumen dengan bahasa yang sopan sehingga konsumen merasa puas dan *food quality* yang disajikan oleh restoran dengan rasa yang enak, tampilan makanan yang menarik, dan makanan yang *fresh* (segar) sehingga dapat memuaskan konsumennya.

5.2.2 Implikasi Teoritis

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan di atas, maka hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi implikasi teoritis sebagai berikut :

1. Pengaruh *Service Quality* Terhadap *Customer Satisfaction*

Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh *service quality* terhadap *customer satisfaction*. Hal ini menunjukkan bahwa *Service Quality*/ Kualitas pelayanan dalam perusahaan dapat dijadikan sebagai dimensi persepsi dalam memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan (Syah, 2021). Sehingga dalam perusahaan *service quality* (kualitas pelayanan) yang diberikan dapat mempengaruhi kepuasan seorang pelanggan. *service*

quality bisa dijadikan sebagai dasar bagi konsumen untuk membeli di MIE KIRO Kebumen. Semakin baik *service quality* (kualitas pelayanan) diberikan terhadap pelanggan, maka semakin tinggi juga sikap puas konsumen terhadap restoran MIE KIRO Kebumen. Hasil penelitian Syah & Pratama (2020), menunjukkan bahwa *service quality* memiliki pengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction*.

2. Pengaruh *Food Quality* Terhadap *Customer Satisfaction*

Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh *food quality* terhadap *customer satisfaction*. Hal ini menunjukkan bahwa *food quality* bisa dijadikan sebagai dasar bagi konsumen untuk membeli di MIE KIRO Kebumen. Semakin baik kualitas makanan yang diberikan maka semakin tinggi juga sikap puas konsumen terhadap restoran MIE KIRO Kebumen. Penelitian yang dilakukan oleh Pambudi (2019) menunjukkan bahwa *food quality* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *customer satisfaction*.

3. Pengaruh *Service Quality* Terhadap *Customer Satisfaction*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *service quality* tidak berpengaruh terhadap *customer loyalty* pada restoran MIE KIRO Kebumen. Artinya sikap konsumen di Kabupaten Kebumen melakukan pembelian pembelian secara berulang 2-3 kali dalam satu bulan bukan berarti bahwa mereka adalah

pelanggan yang loyal. Menurut Penelitian yang dilakukan oleh (Lee, 2013) menunjukkan hasil bahwa kualitas pelayanan/*service quality* perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, namun hasil dari penelitian yang peneliti lakukan bahwa *service quality* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty*.

4. Pengaruh *Food Quality* Terhadap *Customer Loyalty*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *food quality* berpengaruh terhadap *customer loyalty*. Artinya konsumen restoran MIE KIRO di Kabupaten Kebumen semakin baik *food quality* (kualitas makanan) yang diberikan baik kualitasnya (rasa, tekstur dan temperatur) maka semakin tinggi pelanggan akan melakukan pembelian secara berulang. Hasil penelitian didukung penelitian sebelumnya dari Majid et al. (2018), dimana hasil penelitian yang mereka lakukan menunjukkan hasil bahwa *food quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty*.

5. Pengaruh *Customer Satisfaction* Terhadap *Customer Loyalty*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *customer satisfaction* berpengaruh terhadap *customer loyalty*. Hal ini menunjukkan bahwa *customer satisfaction* bisa dijadikan sebagai dasar pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian di restoran MIE KIRO di Kebumen. Semakin puas

konsumen terhadap restoran semakin tinggi konsumen dalam melakukan pembelian terhadap restoran MIE KIRO Kebumen. Menurut Retno Ayu Maulfi (2018) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan konsumen dengan loyalitas konsumen. Sementara penelitian yang dilakukan oleh Airine Yulianda (2018) menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen.

6. Pengaruh *Service Quality* Terhadap *Customer Loyalty* dengan *Customer Satisfaction* sebagai variabel intervening

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *service quality* tidak berpengaruh terhadap *customer loyalty* dengan variabel *customer satisfaction* sebagai variabel intervening. Hal ini menunjukkan bahwa *service quality* tidak bisa dijadikan sebagai dasar pertimbangan pada restoran MIE KIRO Kebumen. Penelitian yang dilakukan Abror dkk (2019) serta Kususmasasti dkk (2017) mengungkapkan bahwa *service quality* memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap *customer loyalty* dengan *customer satisfaction* sebagai variabel pemediasi, namun hasil dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti bahwa Kepuasan pelanggan tidak dapat memediasi antara *service quality* terhadap *customer loyalty*.

7. Pengaruh *Food Quality* Terhadap *Customer Loyalty* dengan *Customer Satisfaction* sebagai variabel intervening

Hasil menunjukkan bahwa variabel *food quality* dapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty* dengan *customer satisfaction* sebagai variabel intervening. Semakin baik kualitas makanan (rasa, tekstur, dan temperatur) yang diberikan kepada pelanggan, semakin tinggi pula kepuasan yang akan dirasakan oleh pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *customer satisfaction* dapat memediasi antara *food quality* terhadap *customer loyalty* pada restora MIE KIRO Kebumen. Penelitian yang dilakukan Japarianto dan Winarjo (2017), menunjukkan bahwa bahwa *customer satisfaction* dapat memediasi hubungan antara *food quality* terhadap *customer loyalty*. Penelitian yang dilakukan oleh Siregar dan Sari (2019) juga menyatakan bahwa semakin tinggi dan semakin baik kualitas makan (*food quality*) dari suatu restoran,