

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

A. Kesimpulan

a. Kualitas Produk dengan Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan kajian teoretik dan deskripsi hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara kualitas produk dengan kepuasan pelanggan KFC Arion Mall pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta. Persamaan regresi $\hat{Y} = 47,93 + 0,5622X_1$ menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu skor kualitas produk (X_1) akan mengakibatkan kenaikan kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,5622 skor pada konstanta 47,93.

Kepuasan pelanggan di tentukan oleh kualitas produk sebesar 36,56% dan sisanya sebesar 63,44% dipengaruhi oleh faktor lain, seperti pelayanan dan promosi.

b. Atmosfer Restoran dengan Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan kajian teoretik dan deskripsi hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara atmosfer restoran dengan kepuasan pelanggan KFC Arion Mall pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta. Persamaan regresi $\hat{Y} = 45,28 + 0,5828X_2$ menunjukkan bahwa setiap

kenaikan satu skor atmosfer restoran (X_2) akan mengakibatkan kenaikan kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,5828 skor pada konstanta 45,28.

Kepuasan pelanggan di tentukan oleh atmosfer restoran sebesar 40,95% dan sisanya sebesar 59,05% dipengaruhi oleh faktor lain, seperti pelayanan dan promosi.

B. Implikasi

a. Kualitas Produk dengan Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan bahwa terdapat hubungan yang positif antara kualitas produk dengan kepuasan pelanggan *Kentucky Fried Chicken* (KFC) *Arion Mall* pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta. Hal ini membuktikan bahwa kualitas produk merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Implikasi dari penelitian ini, yaitu bahwa KFC *Arion Mall* dapat meningkatkan kualitas produk untuk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan diakibatkan oleh kualitas produk yang rendah, jika dibiarkan secara terus menerus akan membuat pelanggan berpaling dengan produk dari restoran lain.

Berdasarkan hasil analisis pengolahan data, pada variabel kepuasan pelanggan terlihat bahwa indikator yang memiliki skor tertinggi adalah membicarakan hal-hal yang menyenangkan tentang KFC, yaitu sebesar 34%. Selanjutnya, indikator membeli makanan dan minuman lebih banyak (*Rice Box* dan *Float*), yaitu sebesar 33,50%. Selanjutnya, indikator

menawarkan produk-produk yang dijual KFC kepada teman-temannya, yaitu sebesar 32,84%.

Dari hasil pengolahan data, terlihat bahwa pelanggan yang merasa kualitas produk yang diberikan dari sebuah restoran rendah, akan memiliki kepuasan yang rendah juga. Hal yang perlu dilakukan oleh pihak restoran adalah dengan menciptakan dan meningkatkan kualitas produknya sehingga akan tercapai tingginya rasa kepuasan pelanggan pada KFC Arion *Mall*.

b. Atmosfer Restoran dengan Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan bahwa terdapat hubungan yang positif antara atmosfer restoran dengan kepuasan pelanggan KFC Arion *Mall* pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta. Hal ini membuktikan bahwa atmosfer restoran merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Implikasi dari penelitian ini, yaitu bahwa KFC Arion *Mall* dapat meningkatkan atmosfer restoran untuk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan diakibatkan oleh atmosfer restoran yang rendah, jika dibiarkan secara terus menerus akan membuat pelanggan enggan untuk datang kembali dan berpaling dengan restoran lain yang memiliki atmosfer restoran yang baik.

Berdasarkan hasil analisis pengolahan data, pada variabel kepuasan pelanggan terlihat bahwa indikator yang memiliki skor tertinggi adalah membicarakan hal-hal yang menyenangkan tentang KFC, yaitu sebesar

34%. Selanjutnya, indikator membeli makanan dan minuman lebih banyak (*Rice Box* dan *Float*), yaitu sebesar 33,50%. Selanjutnya, indikator menawarkan produk-produk yang dijual KFC kepada teman-temannya, yaitu sebesar 32,84%.

Dari hasil pengolahan data, terlihat bahwa pelanggan yang merasa atmosfer yang ada di sebuah restoran rendah, akan memiliki kepuasan yang rendah pula. Hal yang perlu dilakukan oleh pihak restoran adalah dengan meningkatkan atmosfer restoran sehingga akan tercapai tingginya rasa kepuasan pelanggan pada KFC Arion Mall.

C. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi yang telah dikemukakan di atas maka peneliti menyampaikan beberapa saran yang mungkin bermanfaat untuk meningkatkan kepuasan pelanggan *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Arion Mall antara lain:

1. KFC harus dapat lebih meningkatkan serta mempertahankan kepuasan para pelanggan sebagai restoran dengan konsep cepat saji dengan tetap memperhatikan kualitas produk, atmosfer restoran yang ada didalam KFC serta faktor lain yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.
2. KFC harus memberikan kualitas produk semaksimal mungkin kepada para pelanggan dengan menciptakan produk-produk terbaru yang tepat untuk para pelanggannya sesuai dengan dengan yang diinginkan dan diminta oleh pelanggan KFC. Dengan begitu akan memberikan rasa kepuasan yang lebih pada pelanggan terhadap KFC.

3. Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan bahwa atmosfer restoran KFC sebaiknya dapat lebih ditingkatkan lagi dengan membuat atmosfer yang baik seperti pemberian aroma yang baik atau wangi di dalam restoran sehingga para pelanggan akan dapat merasakan kenyamanan ketika berada di dalam ruangan untuk bersantap makan.