

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

A. Kesimpulan

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan atmosfer restoran terhadap kepuasan pelanggan dan dampaknya terhadap loyalitas pelanggan. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah sebanyak 200 responden di restoran OTW Food Street Jakarta. Metode analisis untuk pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah SPSS untuk uji instrumen dan LISREL 8.7 untuk *confirmatory factor analysis*, uji t serta pengaruh langsung dan tidak langsung. Maka dapat diambil kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel V.1
Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Variabel Terikat		Variabel Bebas			
				<i>t-value</i>	<i>Standardize total effects</i>	Interpretasi
H1a	Kepuasan Pelanggan	←	Kualitas Layanan	10.52 > 1.96	0.74	Signifikan
H1b	Kepuasan Pelanggan	←	Atmosfir Restoran	2.93 > 1.96	0.15	Signifikan
H2a	Loyalitas Pelanggan	←	Kualitas Layanan	2.69 > 1.96	0.70	Signifikan
H2b	Loyalitas Pelanggan	←	Atmosfir Restoran	3.41 > 1.96	0.26	Signifikan
H3	Loyalitas Pelanggan	←	Kepuasan Pelanggan	7.51 > 1.96	0.69	Signifikan
H4a	Loyalitas Pelanggan	Kepuasan Pelanggan	Kualitas Layanan	6.76 > 1.96	0.51	Signifikan
H4b	Loyalitas Pelanggan	Kepuasan Pelanggan	Atmosfir Restoran	4.64 > 1.96	0.11	Signifikan

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2016

Dari tabel V.1, semua hubungan antar variabel memiliki nilai *t-value* lebih besar dari 1.96, yang artinya memiliki pengaruh antar variabel yang signifikan. Sedangkan Pengujian hipotesis dilakukan dengan melihat nilai *standardized total effects* pada model persamaan struktural.

1. Pernyataan hipotesis H_{1a} **diterima**. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan OTW Food Street Jakarta dan memiliki nilai *standardized total effects* sebesar 0.74, sehingga hipotesis 1a yang berpengaruh positif sebesar 74%. Hal tersebut membuktikan bahwa apabila kualitas layanan yang diberikan memenuhi harapan maka tercipta kepuasan pelanggan. Maka jika kualitas layanan meningkat kepuasan pelangganpun juga akan meningkat.
2. Pernyataan hipotesis H_{1b} **diterima**. Variabel atmosfer restoran berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen OTW Food Street Jakarta dan memiliki nilai *standardized total effects* sebesar 0.15, sehingga hipotesis 1b yang berpengaruh positif sebesar 15%. Hal ini membuktikan bahwa atmosfer yang telah dirancang dan diciptakan dapat memuaskan konsumen. Oleh karena itu, jika atmosfer restoran meningkat maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat.
3. Pernyataan hipotesis H_{2a} **diterima**. Variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen OTW Food Street Jakarta dan memiliki nilai *standardized total effects* sebesar 0.70, sehingga hipotesis 2a yang berpengaruh positif sebesar 70%. Hal ini membuktikan apabila kualitas layanan yang diberikan dapat membuat

pelanggan menjadi loyal. Oleh karena itu, jika kualitas layanan meningkat maka loyalitas pelanggan juga akan meningkat.

4. Pernyataan hipotesis H_{2b} **diterima**. Variabel atmosfir restoran berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan OTW Food Street Jakarta dan memiliki nilai *standardized total effects* sebesar 0.26, sehingga hipotesis 2b yang berpengaruh positif sebesar 74%. Hal ini membuktikan apabila atmosfir yang dirancang dan diciptakan dapat membuat pelanggan menjadi loyal. Oleh karena itu, jika atmosfir restoran meningkat maka loyalitas pelanggan juga akan meningkat.
5. Pernyataan hipotesis H_3 **diterima**. Variabel kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan OTW Food Street Jakarta dan memiliki nilai *standardized total effects* sebesar 0.69, sehingga hipotesis 3 yang berpengaruh positif sebesar 69%. Hal ini membuktikan apabila telah tercipta kepuasan konsumen makan akan tercipta loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, jika kepuasan pelanggan meningkat maka loyalitas pelanggan juga akan meningkat.
6. Pernyataan hipotesis H_{4a} **diterima**. Variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen OTW Food Street Jakarta dan memiliki nilai *standardized total effects* sebesar 0.51, sehingga hipotesis 4a yang berpengaruh positif sebesar 51%. Hal ini membuktikan bahwa apabila kualitas layanan yang diberikan sesuai dengan harapan maka akan tercipta kepuasan pelanggan dan memberikan dampak pada loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, jika

kualitas layanan meningkat maka kepuasan pelanggan meningkat dan berdampak pada loyalitas pelanggan yang juga akan meningkat.

7. Pernyataan hipotesis H_{4b} **diterima**. Variabel atmosfer restoran berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen melalui OTW Food Street Jakarta. Memiliki nilai *standardized total effects* sebesar 0.11, sehingga hipotesis 4b yang berpengaruh positif sebesar 11%. Hal ini membuktikan bahwa atmosfer yang diciptakan dan dirancang dapat memuaskan pelanggan dan memberikan dampak pada loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, jika atmosfer restoran meningkat maka kepuasan pelanggan meningkat dan berdampak pada loyalitas pelanggan yang juga akan meningkat.

B. Implikasi Praktis

Hasil analisis menyatakan bahwa kualitas layanan, atmosfer restoran berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dan dampaknya pada loyalitas pelanggan pada OTW Food Street Jakarta yang memiliki implikasi pada peningkatan kepuasan konsumen, dengan meningkatkan kualitas layanan dan atmosfer lalu memberikan dampak terhadap loyalitas pelanggan.

Konsumen yang mendominasi sebagai pelanggan di OTW Food Street Jakarta adalah berjenis kelamin perempuan dengan rentang usia pelanggan mayoritas pada usia 18 – 25 tahun yang berstatus belum menikah sebagai pelajar/mahasiswa yang berdomisili di Jakarta Utara. Oleh karena itu, dikarenakan mayoritas pengunjung adalah

pelajar/mahasiswa pada usia 18-25 tahun maka pihak restoran mendesain atmosfir dengan warna-warna yang cerah dengan desain dan tema yang unik, memberikan fasilitas wifi dan juga memberikan musik dan aroma yang membuat betah berlama-lama sehingga semakin tercipta kepuasan. Pihak restoran juga dapat memperluas pangsa pasar ke konsumen yang sudah menikah dengan memberikan *family packet* atau paket-paket lainnya yang dapat menarik konsumen yang sudah berkeluarga. Selain itu, pihak restoran juga harus membuat strategi-strategi pemasarannya agar dapat menarik lebih banyak konsumen lagi dari luar Jakarta Utara.

Kualitas layanan diukur dengan lima dimensi yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*, dan *tangibles*. Secara deskriptif adanya indikasi negatif sebesar 16.7% dari konsumen yang tidak setuju pada pernyataan dalam dimensi *responsiveness*. Pernyataan ini dapat disebabkan karena pelayan kurang sigap dan cepat dalam memenuhi kebutuhan konsumen terutama ketika sedang ramai bahkan waktu hingga makanan jadi dirasakan konsumen cukup lama.

Selanjutnya aspek yang perlu ditingkatkan adalah atmosfir restoran. Terdapat enam dimensi pada variabel ini, yaitu *internal layout*, *bau*, suara, tekstur, *external layout*, dan *desain eksterior*. Secara deskriptif dikatakan adanya indikasi negatif dari konsumen sebesar 14.5% yang tidak setuju dengan pernyataan dalam dimensi *internal layout*. Hal tersebut dikarenakan konsumen merasa bahwa tidak bisa menampung banyak konsumen atau tata letak yang terlalu memaksakan sehingga sempit dan

kurangnya bangku dan pada saat ramai terutama jumat, sabtu dan minggu. Ketika sedang ramai konsumen harus menunggu untuk mendapatkan bangku dan pihak kafepun tidak menyediakan bangku khusus yang cukup untuk para *waiting list* tersebut. Selanjutnya secara deskriptif adanya indikasi negatif sebesar 13% dari konsumen yang tidak setuju dengan pernyataan dalam dimensi *external layout*. Hal tersebut dikarenakan konsumen merasa bahwa fasilitas parkir yang kurang memadai.

Loyalitas pelanggan diukur dengan tiga dimensi yaitu *say positive thing, recommend friend, and continue purchasing*. Pada dimensi *continue purchasing* secara deskriptif adanya indikasi negatif sebesar 12% disebabkan perlu ditingkatkannya lagi kepuasan pelanggan agar konsumen lebih sering lagi untuk melanjutkan pembelian.

C. Saran

1. Saran Teoritis

- a. Penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan menggunakan objek penelitian yang berbeda atau pada industri yang sama dengan lokasi berbeda.
- b. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan jumlah sampel yang lebih banyak dan lebih luas, serta menambahkan referensi-referensi dan *review* penelitian yang lebih baru agar hasil penelitian akurat.
- c. Responden pada penelitian selanjutnya juga dapat difokuskan dengan rentang usia di bawah 18 tahun ataupun lebih memperbanyak

responden dengan usia di atas 25 tahun mengingat hasil pada penelitian ini yang mayoritas respondennya adalah usia 18-25 tahun.

- d. Pihak restoran dapat memperluas pangsa pasar kepada konsumen yang sudah menikah dan berdomosili diluar Jakarta Utara mengingat hasil pada penelitian ini yang mayoritas adalah belum menikah dan berdomosili di Jakarta Utara.
- e. Dalam penelitian mendatang, dapat dilakukan penambahan variabel penelitian seperti harga, lokasi, promosi, *brand*, *culture*, dan *customer expectation* yang bisa diteliti juga apakah variabel-variabel tersebut dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

2. Saran Praktis

- a. Diharapkan pihak OTW Food Street Jakarta dapat meningkatkan kualitas pelayanannya dengan lebih meningkatkan kesigapan dan memberikan respon positif ketika konsumen membutuhkan bantuan dan juga tetap menjaga kecepatan pelayanannya ketika sedang ramai.
- b. Diharapkan pihak OTW Food Street Jakarta lebih memperhatikan tata letak bangku dan meja sehingga bisa menata ruangan sedemikian rupa agar tersedia bangku dan meja yang cukup sehingga ketika konsumen ramai, konsumen tidak terlalu lama menunggu. Pihak restoran juga bisa menambahkan bangku khusus untuk para *waiting list* sehingga ketika konsumen tersebut harus menunggu tetap tercipta atmosfer yang nyaman. Selain itu juga disarankan untuk menambah lahan parkir agar tersedia parkir yang cukup ketika konsumen sedang ramai.

- c. Diharapkan pihak OTW Food Street Jakarta terus meningkatkan kinerjanya terutama di bidang kualitas pelayanan dan juga atmosfer restorannya agar konsumen semakin merasa puas mengunjungi dan makan di restoran ini. Jika hal tersebut tercipta maka semakin banyak konsumen yang akan terus kembali lagi ke OTW Food Street Jakarta.