

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, berikut adalah kesimpulan yang dapat peneliti berikan:

- 1) Kualitas produk Restoran D'Cost secara keseluruhan di mata pelanggan mendapatkan respon yang cukup baik. Hal ini dapat dilihat dari perhitungan dari dimensi-dimensi kualitas produk seperti *conformance to specifications, features, aesthetics, reliability, and perceived quality*, yang lebih banyak mendapatkan respon positif dibandingkan respon negatif dari pelanggan maupun responden. Selanjutnya untuk kualitas pelayanan, berdasarkan hasil analisis deskriptif, kualitas pelayanan juga mendapatkan respon yang positif dari pelanggan. Dimana pelayanan sudah sangat memuaskan dari keramahan, kesopanan, kecepatan pengantaran, maupun pelayan dalam menyajikan makanan. Kualitas produk dan pelayanan yang dimiliki oleh Restoran D'Cost Seafood Rawamangun, Jakarta Timur mempengaruhi kepuasan pelanggan yang akan terus kembali ke Restoran D'Cost. Setelah pelanggan puas terhadap kualitas produk dan pelayanan restoran, kemudian tercipta loyalitas pelanggan, dari reaksi yang diberikan pelanggan, mereka memberikan respon positif untuk kembali ke Restoran D'Cost, kemudian merekomendasikan kepada teman dan kerabat untuk

mengonsumsi makanan di D'Cost, dan bersedia untuk mengutamakan restoran tersebut dibandingkan dengan restoran yang lainnya.

- 2) Bahwa berdasarkan analisis data pada penelitian ini, variabel kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dari hasil analisa diperoleh nilai koefisien determinasi yang memiliki arti bahwa 21.3% variasi nilai kepuasan pelanggan yang dijelaskan oleh kualitas produk.
- 3) Bahwa berdasarkan analisis data pada penelitian ini, variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dari hasil analisa diperoleh nilai koefisien determinasi yang memiliki arti bahwa 36.5% variasi nilai kepuasan pelanggan yang dijelaskan oleh kualitas pelayanan.
- 4) Kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Restoran D'Cost Seafood Rawamangun. Dari hasil analisa diperoleh nilai koefisien determinasi yang memiliki arti bahwa 60.8% variasi nilai kepuasan pelanggan yang dijelaskan oleh kualitas produk dan kualitas pelayanan
- 5) Bahwa berdasarkan analisis data pada penelitian ini, variabel kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Dari hasil analisa diperoleh nilai koefisien determinasi yang memiliki arti bahwa 51.3% variasi nilai loyalitas yang dijelaskan oleh kepuasan pelanggan.

5.2. Saran

Berdasarkan pada hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dibuat, maka peneliti menyarankan hal-hal berikut:

1. Saran Operasional:

- a) Restoran D'Cost Seafood Rawamangun, secara berkala, harus membuat inovasi baru. Inovasi dapat dilakukan dengan menciptakan menu-menu makanan seafood baru yang memiliki cita rasa bumbu makanan khas Indonesia, kemudian dalam berinovasi menu baru, pihak restoran juga harus membuat diferensiasi penataan makanan sebelum dihidangkan, dengan memberikan makanan pelengkap di dalam wadah menu utama, sehingga akan lebih terlihat indah, lezat, dan menarik.
- b) Kecepatan pelayanan harus lebih di percepat mulai dari pelanggan datang sampai melakukan *billing*, harus dilayani dengan cepat. Kecepatan penyajian makanan dimulai dari ketika makanan tersebut jadi, pelayan harus menomori makanan tersebut sesuai dengan nomor meja pelanggan, jadi tidak terjadi kesalahan pengantaran makanan, dan makanan akan cepat sampai kepada pelanggan. Selain itu, pelayan harus lebih ramah dan sopan, dengan selalu memberikan senyum, sapa, dan salam menjadi tugas utama semua pihak restoran untuk memberikan kesan positif kepada pelanggannya.
- c) Terus konsisten menjadi pionir restoran dengan harga yang miring dalam berinovasi produk dan aktif melayani pelanggan, serta memberikan kemudahan bertransaksi dalam hal pembayaran/*billing* dan sistem pesan

antar kepada pelanggan kemudian pihak restoran mengkomunikasikannya kepada masyarakat untuk berpromosi agar eksistensinya terus terjaga.

2. Saran Akademis:

- a) Ada baiknya jika jumlah sampel diperbanyak agar dapat digeneralisasi dan lebih mampu mewakili sebuah populasi.
- b) Mengganti objek penelitian untuk menguji reliabilitas penelitian ini, jadi bisa diterapkan dimanapun dan kapanpun.
- c) Peneliti bisa mengganti atau menambahkan variabel penelitian dengan kriteria-kriteria seperti promosi, *brand image*, keputusan pembelian dan banyak variabel lainnya.