

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan kajian teoretik, analisis data dan deskripsi hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya, bahwa penelitian mengenai kepuasan pelanggan telah memberikan kesimpulan dan membuktikan bahwa hipotesis yang dikemukakan di awal adalah dapat diterima. Penelitian yang dilakukan pada pelanggan KFC Arion Mall memberikan hasil sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh yang positif antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan KFC Arion Mall. Koefisien X_1 bernilai positif artinya terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut menjelaskan bahwa semakin meningkat kualitas pelayanan maka semakin meningkat pula kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan sebesar 7,5%, sedangkan 92,5% sisanya dipengaruhi oleh pengaruh variabel lain diluar variabel kualitas pelayanan.
2. Terdapat pengaruh yang positif antara kualitas makanan terhadap kepuasan pelanggan KFC Arion Mall. Koefisien X_2 bernilai positif artinya terdapat pengaruh antara kualitas makanan terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut menjelaskan bahwa semakin meningkatnya kualitas makanan maka semakin

meningkat pula kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel kualitas makanan sebesar 7,2%, sedangkan 92,8% sisanya dipengaruhi oleh pengaruh variabel lain diluar variabel kualitas makanan.

3. Terdapat pengaruh yang positif antara harga terhadap kepuasan pelanggan KFC Arion Mall. Koefisien X_3 bernilai positif artinya terdapat pengaruh antara harga terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut menjelaskan bahwa semakin baiknya harga maka semakin meningkat pula kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan dipengaruhi variabel harga sebesar 11,2%, sedangkan 88,8% sisanya dipengaruhi oleh pengaruh variabel lain diluar variabel harga.
4. Hipotesis dibuktikan dengan persamaan regresi berganda yakni:

$$\hat{Y} = 13.272 + 0,153 X_1 + 0,354 X_2 + 0,417 X_3$$

B. Implikasi

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan, hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, kualitas makanan, dan harga adalah beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan, kualitas makanan, dan harga berhubungan positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan.

Implikasi dari penelitian ini, yaitu KFC Arion Mall dapat mengembangkan kualitas pelayanan, kualitas makanan, dan harga untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Hal yang perlu dilakukan oleh KFC Arion Mall adalah dengan

memberikan perhatian lebih besar terhadap indikator dengan presentase lebih rendah lalu melakukan perbaikan kedepannya. Dalam variabel kepuasan pelanggan, indikator pelanggan akan berbicara tentang kekurangan KFC Arion Mall memiliki persentase terendah. Pada variabel kualitas pelayanan, skor indikator terendah terdapat pada indikator KFC Arion Mall memberi pelanggan perhatian pribadi. Pada variabel kualitas makanan indikator yang harus diperbaiki adalah indikator pelanggan menyukai pilihan makanan sehat di KFC Arion Mall. Sedangkan pada variabel harga indikator terendah terletak pada indikator KFC Arion Mall sering memberikan potongan harga khusus. Bukan hanya memperhatikan indikator terendah dari setiap variabel, KFC Arion Mall juga harus mempertahankan indikator yang memiliki persentase skor tinggi sehingga dapat mencapai kepuasan pelanggan yang maksimal.

C. Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pada pengalaman langsung peneliti pada saat melaksanakan penelitian. Ada beberapa keterbatasan yang dialami dan dapat dijadikan perhatian bagi peneliti peneliti yang akan datang untuk lebih menyempurnakan penelitiannya karena penelitian ini sendiri tentu memiliki kekurangan yang perlu diperbaiki dalam penelitian penelitian kedepannya. Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini antara lain:

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam variabel ini hanya terdiri dari tiga variabel yaitu kualitas pelayanan, kualitas makanan,

dan harga. Sedangkan masih banyak faktor yang lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

2. Keterbatasan selanjutnya adalah metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dengan penyebarannya melalui media sosial.
3. Masih terdapat jawaban kuesioner yang tidak konsisten menurut pengamatan peneliti. Terdapat inkonsistensi jawaban dikarenakan responden yang kurang teliti pada saat mengisi kuesioner.

D. Rekomendasi Bagi Peneliti Selanjutnya

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan, maka rekomendasi penelitian ini ditujukan kepada pihak-pihak terkait yaitu, pada restoran KFC dan peneliti selanjutnya sebagai berikut:

1. Restoran KFC

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, kualitas makanan, dan harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, rekomendasi penelitian ini bagi restoran KFC antara lain:

1. KFC harus melakukan kegiatan yang efektif sehingga terdapat peningkatan kualitas pelayanan, kualitas makanan, dan harga karena hal itu akan berdampak pada peningkatan kepuasan pelanggan.

2. KFC harus meningkatkan kualitas pelayanan yang lebih baik untuk meningkatkan kenyamanan bagi konsumen terhadap restoran KFC sehingga dapat terjadi peningkatan kepuasan pelanggan.
3. KFC harus meningkatkan kualitas makanan yang lebih baik untuk meningkatkan kenikmatan menyantap makanan bagi konsumen di restoran KFC sehingga dapat terjadi peningkatan kepuasan pelanggan.
4. KFC harus menciptakan harga yang lebih baik untuk meningkatkan ketertarikan konsumen terhadap restoran KFC sehingga dapat terjadi peningkatan kepuasan pelanggan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Berdasarkan hasil penelitian variabel kualitas pelayanan, kualitas makanan, dan harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Maka dari itu, rekomendasi untuk peneliti selanjutnya adalah:

1. Pada penelitian ini hanya meneliti tiga variabel yaitu kualitas pelayanan, kualitas makanan, dan harga terhadap kepuasan pelanggan KFC Arion Mall sehingga pada penelitian selanjutnya direkomendasikan untuk menambah variabel lainnya.
2. Pada penelitian ini populasi hanya merupakan pelanggan yang pernah mengonsumsi dan/atau mengunjungi KFC Arion Mall saja dan teknik pengambilan sampel dilakukan secara *purposive sampling*. Besar

harapannya untuk peneliti selanjutnya dapat memperluas populasi penelitian yang mencakup daerah yang lebih luas lagi.

3. Pada penelitian ini menggunakan metode survei dan teknik analisis data regresi linier berganda, sehingga pada penelitian selanjutnya direkomendasikan untuk dapat menggunakan metode penelitian dan teknik analisis data yang lebih beragam dan sesuai dengan penelitian yang dilakukan.
4. Agar mendapatkan suatu model penelitian yang baik dengan didukung teori yang kuat pada penelitian selanjutnya direkomendasikan untuk lebih banyak memperbanyak referensi peneliti yang mampu mendukung topik yang diteliti.

E. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi yang didapatkan, terdapat beberapa saran yang bisa diambil bagi KFC Arion Mall untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Diantaranya adalah sebagai berikut:

- a. Pada kualitas pelayanan, indikator “KFC Arion Mall memberikan perhatian khusus kepada pelanggan” mendapatkan persentase skor terkecil yaitu sebesar 6,10%. Sebagai saran kedepannya, KFC Arion Mall bisa meningkatkan perhatian dengan cara lebih peka terhadap konsumen.
- b. Pada variabel kualitas makanan, indikator “pelanggan menyukai pilihan makanan sehat di KFC Arion Mall” memiliki skor terkecil yaitu sebesar

dengan 23,09%. Hal ini menandakan pilihan makanan sehat di KFC Arion Mall kurang diminati konsumen. Sebagai restoran cepat saji yang terkenal, KFC bisa meningkatkan kualitas menu makanan sehat agar lebih diminati konsumen dan juga agar konsumen tidak hanya fokus terhadap menu tertentu, melainkan juga bisa menikmati pilihan menu yang sehat dengan nikmat.

- c. Pada variabel harga, indikator “KFC Arion Mall sering memberikan potongan harga khusus” mendapatkan persentase skor terkecil sebesar 18,80%. Ada baiknya KFC lebih sering untuk memberikan potongan harga pada hari-hari tertentu atau potongan harga pada minimal pembelian tertentu agar konsumen lebih tertarik.