

## BAB V

### KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

#### A. Kesimpulan

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Waroeng SS cabang Prof Dr. Soeharso Purwokerto. Hal ini berarti semakin bagus tingkat kualitas pelayanan maka akan semakin tinggi pula kepuasan konsumen yang tercipta pada Waroeng SS cabang Prof Dr. Soeharso Purwokerto.
2. Harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Waroeng SS cabang Prof Dr. Soeharso Purwokerto. Hal ini berarti semakin terjangkau harga bagi konsumen pada Waroeng SS cabang Prof Dr. Soeharso Purwokerto maka akan semakin meningkatkan kepuasan konsumen dalam mengonsumsi semua produk yang ditawarkan.
3. Keragaman menu berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Waroeng SS cabang Prof Dr. Soeharso Purwokerto. Hal ini berarti semakin bervariasi menu yang ditawarkan akan semakin tinggi pula antusias konsumen untuk berkunjung ke Waroeng SS cabang Prof Dr. Soeharso Purwokerto.
4. Lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Waroeng SS cabang Prof Dr. Soeharso Purwokerto. Hal ini berarti semakin dekat jarak atau strategisnya lokasi yang ditempuh akan semakin memudahkan konsumen untuk berkunjung dan kenyamanan lokasi juga dapat berdampak pada terbentuknya kepuasan konsumen.

5. Citra merek tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Waroeng SS cabang Prof Dr. Soeharso Purwokerto. Hal ini berarti semakin tinggi citra positif yang tercipta tidak selalu diikuti oleh peningkatan kepuasan konsumen.
6. Kepuasan konsumen tidak memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen Waroeng SS cabang Prof Dr. Soeharso Purwokerto. Hal ini berarti loyalnya seorang konsumen tidak selalu didasari atas kepuasannya terhadap kualitas pelayanan pada Waroeng SS cabang Prof Dr. Soeharso Purwokerto.
7. Kepuasan konsumen memediasi pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen Waroeng SS cabang Prof Dr. Soeharso Purwokerto. Hal ini berarti loyalitas seorang konsumen dapat dipengaruhi oleh kepuasan yang disebabkan harga yang terjangkau bagi konsumen Waroeng SS cabang Prof Dr. Soeharso Purwokerto.
8. Kepuasan konsumen memediasi pengaruh keragaman menu terhadap loyalitas konsumen Waroeng SS cabang Prof Dr. Soeharso Purwokerto. Hal ini berarti loyalnya seorang konsumen tidak selalu didasari atas kepuasannya terhadap banyaknya variasi menu yang ditawarkan pada Waroeng SS cabang Prof Dr. Soeharso Purwokerto.
9. Kepuasan konsumen tidak memediasi pengaruh lokasi terhadap loyalitas konsumen Waroeng SS cabang Prof Dr. Soeharso Purwokerto. Hal ini berarti loyalnya seorang konsumen tidak selalu didasari atas kepuasannya terhadap strategis atau tidaknya sebuah lokasi pada Waroeng SS cabang Prof Dr. Soeharso Purwokerto.

10. Kepuasan konsumen tidak memediasi pengaruh citra merek terhadap loyalitas konsumen Waroeng SS cabang Prof Dr. Soeharso Purwokerto. Hal ini berarti loyalnya seorang konsumen tidak selalu didasari atas kepuasannya terhadap citra positif yang terbentuk dari Waroeng SS cabang Prof Dr. Soeharso Purwokerto.
11. Kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen Waroeng SS cabang Prof Dr. Soeharso Purwokerto. Hal ini berarti loyalitas konsumen dapat terbentuk apabila semua faktor yang dapat memenuhi selera atau kepuasan konsumen pada Waroeng SS cabang Prof Dr. Soeharso Purwokerto dapat terpenuhi.

## **B. Implikasi**

### **1. Implikasi Manajerial**

Demi terus meningkatkan kepuasan dan loyalitas para konsumennya, pihak manajemen Waroeng Spesial Sambal (SS) cabang Prof. Dr. Soeharso Purwokerto perlu memprioritaskan berbagai kebijakan yang terkait dengan kualitas pelayanan, lokasi, dan citra merek. Cara yang dapat dilakukan diantaranya adalah :

- a. Waroeng Spesial Sambal (SS) cabang Prof. Dr. Soeharso Purwokerto harus melakukan pelatihan karyawan sesuai dengan penempatannya, baik pada bagian dapur, administrasi maupun pelayanan agar kemampuan atau skill dari karyawan yang telah mengikuti pelatihan tersebut dapat sesuai dan teraplikasi dengan baik. Selain itu karyawan Waroeng Spesial

Sambal (SS) cabang Prof. Dr. Soeharso Purwokerto juga harus mempunyai keinginan yang kuat untuk memberikan layanan terbaik kepada para konsumen sejak kontak pertama, selalu memberikan kinerja terbaik kepada para konsumen secara adil sesuai dengan kebutuhan, keinginan dan harapan mereka, sehingga hal tersebut dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen.

- b. Waroeng Spesial Sambal (SS) cabang Prof. Dr. Soeharso Purwokerto sebaiknya lebih memperhatikan toilet atau wc pada jam tertentu, terutama pada saat pengunjung ramai. Tindakan yang dibutuhkan dapat berupa memberikan tempat sampah, dan juga melakukan pembersihan secara berkala pada toilet.
- c. Guna meningkatkan citra merek yang lebih baik lagi, Waroeng Spesial Sambal (SS) cabang Prof. Dr. Soeharso Purwokerto dapat melakukan beberapa inovasi di bidang promosi misalnya dengan mengadakan diskon untuk produknya di hari atau tanggal spesial tertentu, misal di hari ulang tahun berdirinya cabang Waroeng Spesial Sambal (SS). Selanjutnya Waroeng Spesial Sambal (SS) dapat ikut serta menjadi sponsor acara – acara lokal daerah atau acara kebudayaan yang mana dapat menjadi sarana peningkatan *brand awareness* konsumen secara tidak langsung.

## 2. Implikasi Teoritis

Berdasarkan hasil penelitian yang ada, maka untuk penelitian selanjutnya disarankan :

- a. Penelitian selanjutnya sebaiknya menambahkan variabel yang belum diteliti dalam penelitian ini seperti keterikatan, biaya, promosi, emosional, dan kualitas produk.
- b. Penelitian selanjutnya juga perlu mengembangkan model penelitian ini melalui pengujian pengaruh tidak langsung (*indirect effect*) dengan menambahkan variabel moderasi.
- c. Penelitian selanjutnya sebaiknya juga dapat dilakukan dengan memperluas cakupan penelitian agar hasil penelitian nantinya dapat lebih obyektif dan kesimpulan dapat lebih digeneralisasikan.

### C. Keterbatasan

Pada penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan yang mungkin dapat menimbulkan gangguan terhadap hasil penelitian. Peneliti menyadari bahwa keterbatasan penelitian ini yaitu pengumpulan data melalui kuesioner masih ada kelemahan-kelemahan seperti jawaban yang kurang cermat, responden yang menjawab asal-asalan dan tidak jujur, serta terdapat beberapa tulisan responden yang tidak jelas. Peneliti juga menyadari keterbatasan dalam melakukan penelaahan penelitian, pengetahuan yang kurang, literatur yang kurang, waktu dan tenaga. Hal ini merupakan kendala bagi peneliti untuk melakukan penyusunan yang mendekati sempurna, namun demikian bukan berarti hasil penelitian tidak valid dan realibel.