

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data terhadap 240 responden dalam penelitian ini untuk menguji *Food Quality, Price, Service Quality, Location and Environment Terhadap Customer Loyalty Melalui Customer Satisfaction* Pada Warunk Upnormal dengan menggunakan software SmartPLS. Maka penulis dapat memperoleh kesimpulan berikut:

1. Terdapat pengaruh positif *Food Quality* terhadap *Customer Satisfaction*. Pernyataan ini diambil berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan nilai P-Values $0.003 < 0.05$ serta menunjukkan hasil perhitungan T-Statistic $2.940 > T$ -Tabel 1.96. Berdasarkan hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa Warunk Upnormal berhasil menciptakan kepuasan konsumen melalui *Food Quality* yang ditawarkan. Rasa makanan memiliki cita rasa yang enak dan khas, sementara kesegaran terjaga dengan penyajian makanan yang selalu fresh. Aroma yang sedap dari hidangan, memiliki tampilan menarik membuat makanan Warunk Upnormal senantiasa menggugah selera. Selain itu, seluruh hidangan dapat memenuhi kebutuhan gizi dan terbuat dari bahan segar, menjadikannya sumber nutrisi yang baik. Poin terakhir yang mendukung kualitas makanan adalah variasi menu yang bervariasi, unik, dan menarik.
2. Terdapat pengaruh positif *Price* terhadap *Customer Satisfaction*. Pernyataan ini diambil berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan nilai P-Values $0.004 < 0.05$ serta menunjukkan hasil perhitungan T-Statistic $2.856 > T$ -Tabel 1.96. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa harga yang ditawarkan oleh Warunk Upnormal berhasil menciptakan kepuasan konsumen. Harga tersebut menciptakan nilai yang sepadan dengan biaya yang dikeluarkan oleh konsumen, dimana konsumen merasa harga yang ditawarkan dapat dijangkau oleh semua kalangan, dan seringkali disertai dengan penawaran potongan harga. Selain itu, konsumen juga merasa harga Warunk Upnormal sesuai dengan porsi yang diberikan dan didukung oleh pelayanan yang cepat.
3. Terdapat pengaruh positif *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction*. Pernyataan ini diambil berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan nilai P-Values $0.004 < 0.05$ serta menunjukkan hasil perhitungan T-Statistic $2.856 > T$ -Tabel 1.96. Dari temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa *Service Quality* yang disajikan oleh Warunk Upnormal berhasil menciptakan kepuasan konsumen. Dalam aspek reliabilitas, Warunk Upnormal menonjol dengan memberikan pelayanan tepat waktu, memberikan jawaban yang kompeten terhadap pertanyaan

pelanggan, dan memiliki pengetahuan yang baik terkait menu. Responsif terhadap kebutuhan pelanggan juga terlihat dari kecepatan dan sigapnya pelayanan. Warunk Upnormal juga memberikan jaminan terkait kualitas makanan dengan menggantinya jika tidak memenuhi standar. Pada sisi empati, pelayan Warunk Upnormal menunjukkan perhatian penuh terhadap pelanggan, memberikan saran menu terbaik, dan memberikan informasi tentang promo. Adapun dalam unsur bukti fisik, pelayan Warunk Upnormal menjaga penampilan mereka agar rapi dan menarik.

4. Tidak terdapat pengaruh *Location and Environment* terhadap *Customer Satisfaction*. Pernyataan ini diambil berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan nilai P-Values $0.370 > 0.05$ serta menunjukkan hasil perhitungan T-Statistic $0.897 < T\text{-Tabel } 1.96$. Hal tersebut dapat terjadi karena pelanggan mungkin memprioritaskan dan memberikan penilaian lebih signifikan terhadap aspek-aspek lain seperti kualitas makanan, harga, ataupun pelayanan, sehingga aspek lokasi dan lingkungan menjadi faktor sekunder dalam menunjang kepuasan konsumen.

5. Terdapat pengaruh positif *Customer Satisfaction* terhadap *Customer Loyalty*. Pernyataan ini diambil berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan nilai P-Values $0.000 < 0.05$ serta menunjukkan hasil perhitungan T-Statistic $13.356 > T\text{-Tabel } 1.96$. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan jika kepuasan konsumen semakin tinggi maka secara langsung akan berdampak dalam peningkatan loyalitas pelanggan. Warunk Upnormal berhasil memenuhi harapan pelanggan dengan memberikan pelayanan dan sajian sesuai dengan yang diinginkan. Hal tersebut juga tercermin dalam minat konsumen untuk kembali berkunjung dan kepercayaan mereka dalam memilih Warunk Upnormal sebagai tempat berkumpul yang baik. Selain itu, konsumen bersedia merekomendasikan dan berbagi informasi produk Warunk Upnormal kepada orang lain.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas maka peneliti dapat memberikan saran kepada pihak-pihak terkait yaitu sebagai berikut:

5.2.1 Saran Untuk Warunk Upnormal

Hasil penelitian ini dapat menjadi landasan yang dapat dipertimbangkan dalam menetapkan strategi yang tepat bagi Warunk Upnormal. Warunk Upnormal perlu fokus pada perbaikan aspek-aspek tertentu dalam operasinya. Warunk Upnormal dapat meningkatkan kualitas makanan dengan memastikan makanan tetap hangat dan segar. Selain itu, strategi promosi bundling dengan harga spesial dapat menarik perhatian pelanggan. Kecepatan pelayanan juga perlu ditingkatkan dengan cara segera menyambut pelanggan, memberikan menu, dan memantau

kebutuhan pemesanan ataupun bantuan. Perluasan atau penataan lahan parkir juga menjadi langkah penting untuk memudahkan pelanggan. Oleh karena itu, sangat penting bagi Warunk Upnormal untuk terus dapat meningkatkan kepuasan pelanggan demi mencapai loyalitas sehingga dapat memperbaiki usaha yang sedang menurun saat ini.

5.2.2 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya

1. Penulis mengharapkan untuk peneliti berikutnya mampu melakukan penelitian secara mendalam terkait variabel lainnya yang tidak ada dalam penelitian.
2. Penulis mengharapkan untuk peneliti berikutnya dapat menambah referensi lebih banyak untuk mendukung penelitian.
3. Penulis mengharapkan untuk peneliti berikutnya mampu mengembangkan hasil penelitian untuk mengeksplorasi lebih hubungan setiap variabel dalam penelitian.
4. Penulis mengharapkan untuk peneliti berikutnya mampu melakukan penelitian dengan basis model variabel intervening dimana dapat mengembangkan hipotesis tentang kompleksitas hubungan antar variabel agar dapat memberikan kontribusi yang lebih signifikan terhadap penelitian.