



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Hasil analisis data dengan menggunakan structural equation modeling menunjukkan bahwa data pada penelitian ini memiliki kecocokan dengan model penelitian yang ditujukan. Untuk model pengukuran seluruh indikator memiliki kriteria valid dan seluruh variabel memiliki reliabilitas yang baik. Berdasarkan model struktural semua hipotesis penelitian yang diajukan semuanya terbukti memiliki hubungan positif, sehingga hasil dari model struktural tersebut dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Food quality* memiliki pengaruh positif terhadap *customer satisfaction*.

Hal ini dikarenakan Ron's Laboratory sangat mengutamakan kualitas *Ice Cream* yang dijual. Dimana dalam proses pengolahan dan pembuatan, Ron's Laboratory menetapkan suatu standard komposisi yang telah dibuat sebelumnya dengan tujuan untuk tetap mempertahankan ciri khas dari *Ice Cream Gelato Molecular Gastronomi*. Konsep *Ice Cream* yang unik, pertama dan belum pernah ada sebelumnya yang membuat konsumen tertarik untuk mencoba.

2. *Employee Service* memiliki pengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction*.

Hal ini dikarenakan Ron's Laboratory memiliki *Cashier*, *Scientist*, dan karyawan yang ramah kepada konsumen sehingga konsumen merasa nyaman datang dan membeli *Ice Cream* di Ron's Laboratory. Kemudian pakaian yang digunakan oleh semua karyawan yang unik yaitu baju lab yang membuat mereka terlihat seperti para ilmuwan, hal ini yang

membuat orang yang lewat tertarik melihat Ron's Laboratory dan kemudian memutuskan untuk mampir mencoba.

3. *Store Environment* memiliki pengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction*. Hal ini dikarenakan Ron's Laboratory memiliki konsep desain ruangan yang menarik. Ron's Laboratory membuat desain ruangan mereka seperti Laboratorium dan ornamen yang digunakan pun dibuat menyerupai laboratorium seperti gelas kaca ilmiah, dan ada juga asap nitrogen. Konsep tersebut yang membuat Ron's Laboratory terlihat unik sehingga banyak orang yang awalnya hanya sekedar lewat jadi tertarik untuk mencoba *Ice Cream Ron's Laboratory*.
4. *Customer Satisfaction* memiliki pengaruh positif terhadap *Repurchase Intention*. Konsumen yang baru pertama kali mencoba *Ice Cream Ron's Laboratory* dan menyukainya, akan kembali datang dan membeli *Ice Cream* dengan *variant* yang berbeda.
5. *Customer Satisfaction* memiliki pengaruh positif terhadap *Positive e – WOM*. Konsumen yang baru pertama kali mencoba *Ice Cream Ron's Laboratory* dan puas dengan pelayanan, serta keunikan bentuk dari *Ice Cream* tersebut, akan mempromosikan Ron's Laboratory kepada teman – teman dan kerabatnya di *Social Media* dengan cara mengupload foto, melakukan review, dan merekomendasikan Ron's Laboratory.

5.2 Saran

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *Food Quality*, *Employee Service*, dan *Store Environment* memiliki pengaruh terhadap *Customer Satisfaction* serta *Customer Satisfaction* memiliki pengaruh terhadap *Repurchase Intention* dan *Positive e-WOM*. Akan tetapi penelitian ini jauh dari kata sempurna dan memiliki beberapa keterbatasan sehingga membutuhkan penyempurnaan pada penelitian selanjutnya di masa datang. Beberapa hal yang dapat disarankan pada perusahaan dan penelitian selanjutnya, yaitu:

5.2.1 Saran Bagi Perusahaan

1. Ron's Laboratory dapat membangun hubungan yang dekat dengan konsumen dengan cara membuat *event* seperti *buy 1 for 2*, *selfie* dengan *Ice Cream* mendapatkan *free adding topping* atau dengan membuat *member card* kepada konsumen yang nantinya terdapat promosi – promosi baru, tujuan dari *member card* adalah untuk mengetahui berapa banyak konsumen yang loyal terhadap Ron's Laboratory sehingga kedepannya Perusahaan dapat melakukan langkah strategis untuk bisa merebut pasar yang ada.
2. Ron's Laboratory perlu memperbaiki sistem pelayanannya khususnya dalam proses pemesanan. Selama ini dari Proses pemesanan hingga *Ice Cream* tersebut jadi perlu waktu sekitar 10 menit, jika waktu ini bisa di persingkat maka kedepannya tidak ada lagi *Complain* dari konsumen terhadap *Service* dari Ron's Laboratory
3. Menambah variasi menu makanan yang baru juga diperlukan oleh Ron's Laboratory, dikarenakan hingga saat ini hanya memiliki 5 varian menu *Ice*

Cream. Untuk itu penambahan menu agar konsumen tidak bosan sangat diperlukan, dan Ron's Laboratory juga bisa membuat menu yang *inovative* yang belum ada sebelumnya seperti yang sudah pernah dikeluarkan yaitu *Choco Wind Proof* yang memiliki bahan dasar utama minuman Tolak Angin.

5.2.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya

1. Mengingat penelitian ini membahas mengenai keinginan pembelian kembali konsumen yang diukur dari sisi kualitas makanan, pelayanan yang diberikan oleh *waiters*, hingga ruangan yang nyaman, maka penelitian selanjutnya diharapkan dapat melihat sisi *restaurant image* dari Ron's Laboratory sendiri dikarenakan menurut Ryu et al., (2008) dalam Ryu et al., (2012) dan Mohajerani et al., (2012) *restaurant image* memiliki hubungan yang positif dengan *customer satisfaction*.
2. Selain *restaurant image*, peneliti selanjutnya dapat melihat sisi *customer perceived value*. Menurut McDouglass dan Levesque (2000) dalam Ryu et al., (2012), *customer perceived value* dan *customer satisfaction* adalah dua hal yang saling menonjol dalam industri jasa, dimana *customer perceived value* memiliki pengaruh positif terhadap *customer satisfaction*.
3. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mencari responden yang sudah pernah datang ke Ron's Laboratory Grand Indonesia dengan tujuan mencari *Customer Loyalty* dengan menambahkan *screening test* seperti "berapa kali anda berkunjung di Ron's Laboratory Grand Indonesia dalam 1 bulan terakhir?", diharapkan dengan menambahkan *screening test*

tersebut dapat menggali lebih tajam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi *Customer Loyalty* seorang konsumen.

4. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk mengambil data responden tidak hanya dari satu gerai saja melainkan dari beberapa gerai. Hal ini disarankan karena Ron's Laboratoy memiliki beberapa cabang di wilayah Jakarta, dengan hal tersebut, data yang didapat diharapkan dapat mewakili keseluruhan dari Ron's Laboratory di wilayah Jakarta.



UMN