

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari kajian serta analisis yang telah diimplementasikan, diperoleh eksposisi hasil sebagai berikut:

1. Kualitas layanan (X_1) berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Z) Tom Sushi Surabaya.
2. Kualitas produk (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Z) Tom Sushi Surabaya.
3. Harga (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Z) Tom Sushi Surabaya.
4. Kualitas layanan (X_1) berpengaruh positif tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) Tom Sushi Surabaya.
5. Kualitas produk (X_2) berpengaruh positif tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) Tom Sushi Surabaya.
6. Harga (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) Tom Sushi Surabaya.
7. Kepuasan pelanggan (Z) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) Tom Sushi Surabaya.
8. Kualitas layanan (X_1) berpengaruh positif tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) melalui kepuasan pelanggan (Z).
9. Kualitas produk (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) melalui kepuasan pelanggan (Z).

10. Harga (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) melalui kepuasan pelanggan (Z).

5.2 Keterbatasan

Adapun aspek-aspek yang menjadi keterbatasan atas kajian ini, diantaranya:

1. Riset dalam objek ini hanya mencakup Tom Sushi Surabaya, sehingga hasil yang diperoleh mungkin tidak sepenuhnya mencerminkan kondisi di cabang lain atau di restoran sushi lainnya.
2. Penelitian ini dilakukan dalam waktu yang terbatas, yang mungkin tidak cukup untuk menangkap perubahan yang terjadi pada perilaku pelanggan dalam jangka panjang. Hal ini dapat mempengaruhi validitas temuan terkait pengaruh variabel-variabel dalam penelitian.
3. Jumlah partisipan dibatasi dengan total 100 orang, yang mungkin tidak cukup representatif untuk menggambarkan seluruh populasi pelanggan Tom Sushi di Surabaya. Jumlah responden yang kecil dapat mempengaruhi keakuratan dan generalisasi temuan penelitian.
4. Penelitian ini hanya memfokuskan pada tiga faktor utama, yaitu kualitas layanan, kualitas produk, dan harga. Adapun variabel lain, seperti dinamika sosial, konstruksi budaya, maupun fluktuasi tren pasar, yang berpotensi turut berkontribusi terhadap tingkat loyalitas pelanggan, tidak menjadi subjek eksplorasi dalam kajian ini.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil riset pada restoran Tom Sushi Surabaya, peneliti menyarankan beberapa hal sebagai berikut:

1. Untuk meningkatkan representativitas serta memungkinkan generalisasi temuan penelitian, disarankan agar cakupan responden diperluas dengan meningkatkan jumlah partisipan serta melibatkan cabang Tom Sushi di berbagai kota selain Surabaya. Langkah ini bertujuan untuk memperoleh perspektif yang lebih holistik dan menyeluruh terkait dengan loyalitas pelanggan Tom Sushi dalam konteks yang lebih luas di Indonesia.
2. Studi mendatang disarankan untuk mengakomodasi variabel tambahan yang berpotensi memodulasi tingkat loyalitas pelanggan, seperti determinan sosial, aspek kultural, atau konstruksi kognitif terkait citra merek. Pendekatan ini diharapkan dapat memperluas spektrum analisis serta menghadirkan perspektif yang lebih komprehensif.
3. Untuk mendapatkan data yang lebih beragam, disarankan untuk melibatkan responden dari berbagai latar belakang, usia, dan tingkat frekuensi kunjungan ke Tom Sushi. Dengan demikian, penelitian akan mencakup beragam perspektif yang dapat memperkaya temuan.
4. Tom Sushi dapat melakukan evaluasi kepuasan pelanggan secara berkala untuk mendapatkan umpan balik langsung mengenai kualitas layanan, produk, dan harga. Hal ini akan membantu perusahaan dalam melakukan perbaikan yang lebih tepat sasaran dan meningkatkan loyalitas pelanggan.
5. Berdasarkan temuan penelitian, Tom Sushi dapat mengembangkan program loyalitas yang lebih spesifik, seperti memberikan diskon atau hadiah bagi pelanggan yang sering berkunjung atau yang memberikan ulasan positif. Program ini dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dalam jangka panjang.