

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai pengaruh Kualitas pelayanan, Kualitas produk, Pengalaman pemasaran, serta Lokasi terhadap Kepuasan konsumen didapat sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan, Kualitas produk, Pengalaman pemasaran, dan Lokasi berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen Rocket Chicken Yogyakarta.
2. Kualitas pelayanan, Kualitas produk, Pengalaman pemasaran, dan Lokasi berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen Rocket Chicken Yogyakarta

B. Saran

Adapun saran-saran yang penulis sehubungan dengan hasil penelitian ini yaitu sebagai berikut;

1. Bagi perusahaan diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan ataupun sebagai bahan pertimbangan untuk tetap meningkatkan kepuasan konsumen, karena dengan meningkatnya kepuasan konsumen maka visi dan misi perusahaan bisa tercapai dengan optimal. Dari hasil penelitian ini dapat dilihat bahwa Kualitas pelayanan dapat memberikan

pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Untuk itu peran manajer dalam memotivasi, memberikan arahan untuk bersikap baik dan ramah kepada seluruh konsumen yang datang ke *fastfood* tersebut

2. Bagi kalangan akademisi diharapkan penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang memiliki tema berkenaan Kualitas pelayanan, Kualitas Produk, Pengalaman pemasaran , dan Lokasi terkait hubungannya terhadap Kepuasan konsumen. Sehingga peneliti selanjutnya dapat dengan mudah lebih memahami variabel-variabel manakah yang berpengaruh terhadap variabel Kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2006. Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.
- Barry Render and Jay Heizer, 2001; “Prinsip-prinsip Manajemen Operasi”, PT. Salemba Empat, Jakarta.
- Ghozali, Imam .2009 Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Cetakan Keempat. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang. 2009.
- Kotler, Philip, 2008, “ Manajemen Pemasaran “, Edisi kedua belas Jilid kesatu , PT. Indeks, 2
- _____, dan G. Armstrong. 2008, “ Dasar-dasar pemasaran (9th ed.) “. Jakarta PT. Indeks.
- _____, dan G. Armstrong. 2004, “ Dasar-dasar Pemasaran (9th ed.) “. Jakarta. PT. Indeks.
- _____, “ Manajemen Pemasaran “ Edisi Millenium Jilid kedua , Prenhallindo, Jakarta, 2002.
- _____, dan Keller, K.L. 2009. Marketing management (13th ed.). New Jersey : Prentice Hall, Inc.
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani. 2006. Manajemen Pemasaran Jasa. Salemba Empat. Jakarta
- Lovelock, Christopher H. dan Lauren K. Wright. 2007. “Manajemen Pemasaran Jasa”. Cetakan II, Indeks. Jakarta.
- Mullins, Walker, Boyd. 2008. Marketing Management : A Strategic Decision Making Approach. New York: McGraw Hill
- Natasha dan Kristanti, 2013. “Analisis Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Konsumen Di Modern Cafe Surabaya”, Jurnal, Manajemen Perhotelan, Universitas Kristen Petra, Surabaya, Indonesia,.
- Albertus Ferry Rostya Adi, Yoestini (2012), melakukan penelitian tentang Analisis Pengaruh Harga, kualitas produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Waroeng Spesial Sambel Cabang Lampersari Semarang)., Jurnal, Manajemen

Sugiyono. 2010, Metode Penelitian Bisnis. CV Alfabeta. Bandung

Tjiptono, Fandy.2007,"Manajemen Jasa". Edisi Keempat. Andi, Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy.2011, Pemasaran Jasa. Bayumedia Publishing. Yogyakarta.