

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan pengolahan data dan analisis yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai jawaban dari tujuan penelitian ini, yaitu:

1. Kepuasan konsumen tidak berpengaruh signifikan terhadap Rekomendasi (*word of mouth*) di rumah makan berkat. Artinya semakin tinggi kepuasan yang didapat konsumen, konsumen belum tentu memberikan rekomendasi (*word of mouth*) kepada orang lain untuk berkunjung ke Rumah Makan Berkat.
2. Reputasi tidak berpengaruh pada rekomendasi (*word of mouth*) di rumah makan berkat. Artinya semakin tinggi reputasi dari Rumah Makan Berkat, konsumen belum tentu memberikan rekomendasi (*word of mouth*) kepada orang lain untuk berkunjung ke Rumah Makan Berkat.
3. Kepuasan konsumen berpengaruh pada rekomendasi (*word of mouth*) yang di moderasi oleh reputasi di rumah makan berkat. Artinya semakin tinggi kepuasan yang didapat konsumen dengan adanya faktor moderasi dari reputasi, maka konsumen memberikan rekomendasi (*word of mouth*) kepada orang lain untuk berkunjung ke Rumah Makan Berkat.

Dengan adanya kesimpulan yang ada dapat dikatakan bahwa faktor moderasi reputasi mempunyai pengaruh yang besar bagi kepuasan konsumen untuk melakukan *word of mouth* kepada orang lain.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari pengolahan data dan analisis yang telah dilakukan, maka dapat diberikan saran bagi perusahaan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian bahwa dengan konsumen yang merasa puas belum tentu memberikan kesan positif kepada orang lain dan reputasi yang baik belum tentu konsumen akan memberikan kesan yang baik kepada orang lain terhadap rumah makan berkat. Oleh karena itu rumah makan berkat perlu memperhatikan faktor – faktor lain, seperti faktor loyalitas dari pelanggan.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap rekomendasi (*word of mouth*) yang dimoderasi oleh reputasi. Oleh karena itu rumah makan berkat perlu mempertahankan dan meningkatkan terus kualitas pelayanannya sehingga para konsumen merasa senang. Baik itu memberikan pelayanan informasi melalui website, menambah fasilitas dan promosi, memperhatikan kebutuhan konsumen, ditingkatkannya respon yang cepat dan tepat dalam melayani konsumen serta menjaga mutu dan kualitas dari makanan kepada konsumen. Sehingga baik kepuasan konsumen, rekomendasi (*word of mouth*) ataupun reputasi dari rumah makan berkat meningkat.
3. Menambahkan variabel loyalitas dan performa produk. Dimana hal ini didukung penelitian oleh Fred Selnes (1993) dengan judul “*An Examination of the Effect of Product Performance on Brand Reputation, Satisfaction and Loyalty*”. Sehingga kepuasan konsumen dapat meningkatkan *word of mouth* serta reputasi dapat meningkatkan *word of mouth*.

Menyadari adanya keterbatasan pada penelitian ini, maka saran bagi penelitian selanjutnya sebagai berikut:

1. Penelitian ini memiliki keterbatasan pada jumlah sampel, sehingga dapat disarankan untuk penelitian selanjutnya apabila ingin menggunakan metode SPSS maka dapat menggunakan jumlah sampel yang lebih besar untuk menghindari banyaknya jumlah *item* pertanyaan yang tidak valid dan reliabel.
2. Penelitian selanjutnya bukan hanya menggunakan survei kuisioner, tetapi menambahkan beberapa metode seperti metode wawancara. Sehingga data yang didapat lebih baik dan akurat.
3. Variabel yang diteliti terbatas hanya tiga variabel.
4. Dapat mengambil sektor perusahaan selain rumah makan untuk dilakukan penelitian. Peneliti selanjutnya juga dapat melakukan pengembangan model.
5. Dari hasil penelitian ini kepuasan konsumen dan reputasi terhadap rekomendasi (*word of mouth*) tidak mendukung pada penelitian sebelumnya. Karena terdapat beberapa faktor yang menyebabkan tidak terjadi pengaruh, antara lain tingkah laku konsumen (*customer behavior*) yang berbeda – beda, keinginan konsumen yang bervariasi serta faktor – faktor lain yang dapat mendukung.