

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka penulis mengambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara parsial, kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada restoran Ta Wan sebesar 25 %.
2. Secara parsial, kualitas makanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada restoran Ta Wan sebesar 11,6%.
3. Secara parsial, kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap retensi konsumen pada restoran Ta Wan sebesar 27,3%.
4. Secara parsial, kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap retensi konsumen pada restoran Ta Wan sebesar 3,2%.
5. Kepuasan konsumen yang memediasi hubungan antara kualitas pelayanan dan retensi konsumen pada restoran Ta Wan.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini tidak lepas dari keterbatasan dan kekurangan. Keterbatasan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Adanya keterbatasan penelitian dengan menggunakan kuesioner yaitu terkadang jawaban yang diberikan oleh sampel tidak menunjukkan keadaan sesungguhnya.
2. Informasi data yang didapat masih sangat terbatas karena mengacu pada kuesioner yang disebarakan saja.

3. Waktu penelitian yang relatif singkat.
4. Waktu yang terbatas saat membagikan kuisioner.
5. Penelitian melibatkan subyek penelitian dalam jumlah terbatas, yakni sebanyak 140 orang, sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasikan pada kelompok subyek dengan jumlah yang besar.

5.3 Saran

Berdasarkan data penelitian dan hasil pembahasan, peneliti dapat menyarankan hal-hal sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya, agar mendapatkan suatu model penelitian yang baik dengan didukung oleh teori yang kuat disarankan untuk lebih memperbanyak referensi penelitian yang mampu mendukung topik yang diteliti.
2. Bagi Perusahaan, meningkatkan dan mempertahankan kualitas layanan dan makanan, yaitu dengan cara menjaga kebersihan baik pada area tempat makan maupun fasilitas yang ada di rumah makan. Meningkatkan dan mempertahankan kepuasan pelanggan dan retensi pelanggan, yaitu dengan cara menciptakan suasana atau kondisi yang menyenangkan dan memberikan rasa nyaman kepada pelanggan.