

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan dan dampaknya pada loyalitas pelanggan di Restoran Sudestada Jakarta, dapat disimpulkan beberapa poin berikut :

1. Kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi pelanggan terhadap kualitas produk yang disajikan, seperti rasa, keaslian, dan konsistensi makanan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan dan kecenderungan pelanggan untuk tetap loyal terhadap restoran.
2. Kualitas pelayanan juga memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Pelayanan yang ramah, cepat, serta profesional terbukti mampu meningkatkan kepuasan pelanggan secara langsung, yang kemudian berdampak pada tingginya tingkat loyalitas dalam bentuk kunjungan ulang dan rekomendasi kepada orang lain.
3. Citra merek memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Citra merek yang kuat, unik, dan sesuai dengan ekspektasi pelanggan mampu menciptakan persepsi positif yang mendorong kepuasan emosional, yang pada akhirnya meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap Restoran Sudestada Jakarta.

4.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan yang didapatkan, beberapa rekomendasi yang dapat disampaikan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengingat bahwa salah satu aspek dari kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan, serta citra merek terhadap loyalitas pelanggan, tidak menunjukkan pengaruh langsung yang signifikan, maka perusahaan perlu memperkuat peran kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi. Upaya ini dapat dilakukan melalui peningkatan pengalaman pelanggan secara menyeluruh, seperti menjaga konsistensi kualitas rasa, meningkatkan inovasi menu, serta membangun narasi merek yang lebih kuat dan relevan dengan target pasar.
2. Perusahaan disarankan untuk mempertahankan kualitas pelayanan yang telah terbukti memiliki pengaruh signifikan, baik terhadap kepuasan maupun loyalitas pelanggan. Karyawan perlu diberikan pelatihan secara berkala dalam aspek hospitality, kecepatan layanan, serta empati terhadap kebutuhan pelanggan. Memberikan pengalaman pelayanan yang hangat dan personal akan memperkuat emotional bond antara pelanggan dan merek.
3. Kualitas produk yang baik, seperti bahan baku segar dan autentik, konsistensi cita rasa, serta tampilan penyajian yang menarik, harus terus dijaga bahkan ditingkatkan. Restoran juga disarankan untuk melakukan inovasi pada menu secara berkala agar pelanggan memiliki alasan untuk kembali mencoba hal baru tanpa kehilangan kepercayaan terhadap standar kualitas yang sudah ada.
4. Membangun citra merek yang lebih kuat dapat dilakukan dengan mengoptimalkan identitas restoran sebagai destinasi kuliner khas Argentina yang eksklusif dan otentik. Strategi promosi yang menonjolkan keunikan budaya,

nilai estetika tempat, serta review pelanggan dapat membantu memperkuat persepsi positif dan meningkatkan loyalitas secara tidak langsung melalui kepuasan pelanggan.

5. Untuk penelitian berikutnya, disarankan melakukan perluasan sampel atau memasukkan variabel tambahan agar hasil penelitian lebih menyeluruh dan mendalam.

