

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Sesuai dengan perumusan masalah dan tujuan penelitian, berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat diperoleh kesimpulan berikut ini:

1. Hasil skala likert menunjukkan bahwa ketujuh indikator dapat diketahui bahwa kualitas produk memiliki skor rata-rata sebesar 367 dan dinilai Puas oleh responden, sedangkan dari keempat indikator dapat diketahui bahwa harga dengan skor rata-rata sebesar 351,5 dan dinilai puas oleh responden, Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa tanggapan responden terhadap kepuasan produk dikategorikan puas. Dapat dilihat bahwa dari nilai skor rata-rata 366 dan dinilai puas oleh responden.
2. Hasil penelitian secara parsial variabel kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen rumah makan basuo. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai thitung variabel kualitas sebesar $20,726 > t_{tabel} 1,98498$. Sedangkan nilai thitung variabel harga sebesar sebesar $7,520 > t_{tabel} 1,98498$.
3. Hasil penelitian membuktikan bahwa secara simultan variabel kualitas produk dan harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen rumah makan basuo. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai Fhitung $> F_{tabel} 59,174 > F_{tabel} 3,09$.

5.2 Saran

Beberapa saran yang di tujukan bagi instansi terkait dalam menjalankan kegiatan pada suatu perusahaan, serta saran bagi peneliti dan akademis dengan

maksud dapat meningkatkan penelitian khususnya di bidang manajemen sumber daya manusia antara lain:

1. Pertama mengenai skor terendah pada indikator aestethick dalam variabel kualitas produk maka diharapkan untuk meningkatkan tampilan hidangan di rumah makan basuo sehingga lebih menarik perhatian konsumen.
2. Kedua indikator kesesuaian harga dengan manfaat indikator kesesuaian harga dalam variabel harga dimana manajemen harus memperbaiki kesesuaian harga dengan manfaat yang diperoleh yaitu seperti hidangan yang dibayarkan harus sesuai dengan manfaat yang diperoleh konsumen.
3. Ketiga mengenai skor terendah pada indikator *re-purchase* dalam variabel kepuasan konsumen maka perusahaan seharusnya meningkatkan keinginan untuk melakukan pembelian ulang yaitu seperti memberikan bonus dalam bentuk promosi seperti memberikan tambahan bonus produk contoh tambahan sayur/toping extratambahan (bonus)
4. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk mengembangkan penelitian ini dengan meneliti unsur-unsur lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini seperti kualitas pelayanan