

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Penelitian ini menjelaskan tentang Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen studi kasus rumah makan Ayam Panggang Magetan Mbah Mo. Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Kualitas Pelayanan secara parsial berperan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Ayam Panggang Magetan Mbah Mo, dengan nilai signifikansi kualitas pelayanan sebesar  $0,040 < 0,05$  dan nilai  $t$  hitung  $2,085 > t$  tabel  $1,659$ , maka  $H_0$  ditolak, dan  $H_1$  diterima. Sehingga hal ini dapat disimpulkan secara parsial kualitas pelayanan tidak terlalu berperan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Ayam Panggang Magetan Mbah Mo. Kualitas pelayanan yang dilakukan oleh rumah makan Ayam Panggang Magetan Mbah Mo diantaranya meliputi rasa produk yang disajikan, tanggapan karyawan terhadap permintaan pelanggan, kemampuan karyawan dalam menanggapi informasi, tanggapan karyawan terhadap keluhan konsumen, dan fasilitas layanan yang diberikan atau disediakan oleh rumah makan Ayam Panggang Magetan Mbah Mo.

- 2) Harga secara parsial berperan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Ayam Panggang Magetan Mbah Mo, dengan nilai signifikansi Harga sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $t$  hitung  $5,319 > t$  tabel  $1,659$  maka  $H_0$  ditolak, dan  $H_2$  diterima. Sehingga hal ini dapat disimpulkan secara parsial harga berperan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Ayam Panggang Magetan Mbah Mo. Harga yang ditawarkan oleh Ayam Panggang Magetan Mbah Mo diantaranya meliputi harga sesuai dengan kualitas rasa, perbandingan harga dengan kompetitor, keterjangkauan konsumen pada harga, dan harga sesuai dengan yang disajikan.
- 3) Kualitas produk secara parsial berperan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Ayam Panggang Magetan Mbah Mo, dengan nilai signifikansi Kualitas Produk sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $t$  hitung  $9,048 > t$  tabel  $1,659$ , maka  $H_0$  ditolak, dan  $H_3$  diterima. Sehingga hal ini dapat disimpulkan secara parsial Kualitas produk berperan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Ayam Panggang Magetan Mbah Mo. Kualitas Produk yang ditawarkan oleh Ayam Panggang Magetan Mbah Mo diantaranya meliputi kesegaran produk yang disajikan, kerapian penyajian produk, ciri khas dari produk, dan menu variatif menu yang tersedia.
- 4) Kualitas Pelayanan, Harga dan Kualitas Produk secara simultan berperan signifikan terhadap Kepuasan konsumen pada rumah makan Ayam Panggang Magetan Mbah Mo, dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ , dan nilai  $f$  hitung sebesar  $81,033 >$  nilai  $f$  tabel  $2,89$  maka  $H_0$  ditolak, dan  $H_4$  diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan, Harga dan Kualitas Produk secara simultan bersama-sama berperan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Ayam Panggang Magetan Mbah Mo. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kualitas Produk terhadap kepuasan konsumen rumah makan Ayam Panggang Magetan Mbah Mo yang diantaranya meliputi kesesuaian kualitas pelayanan dan

harga, kepuasan konsumen dan berkunjung Kembali, kesiapan pelanggan memberikan informasi ke orang lain, dan kepuasan pelanggan dengan pengalaman makan di rumah makan Ayam Panggang Magetan Mbah Mo.

- 5) Nilai koefisien determinasi *Adjusted (R<sup>2</sup>)* pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan kualitas produk sebesar 0,692 atau 69%. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kualitas Produk yang diterapkan mampu berperan pada variasi kepuasan konsumen sebesar 69%. Sedangkan 31% sisanya diperani oleh faktor lain diluar model penelitian ini.
- 6) Kualitas pelayanan peran yang penting terhadap Kepuasan konsumen pada rumah makan Ayam Panggang Magetan Mbah Mo. Hal ini dikarenakan dalam penerapan kualitas pelayanan, rumah makan Ayam Panggang Magetan Mbah Mo memperhatikan keramahan karyawan, bantuan dari karyawan, kegiatan karyawan Ketika konsumen meminta bantuan, menjelaskan informasi menu, karyawan mampu menanggapi keluhan konsumen, dan fasilitas Ayam Panggang Magetan Mbah Mo dalam menyediakan fasilitas umum untuk konsumen.
- 7) Harga memiliki peran yang penting terhadap Kepuasan konsumen pada rumah makan Ayam Panggang Magetan Mbah Mo. Hal ini dikarenakan dalam penetapan harga, rumah makan Ayam Panggang Magetan Mbah Mo memperhatikan kualitas, keterjangkauan konsumen, harga yang kompetitif dengan pesaing, dan kesesuaian harga dengan produk yang disajikan. Kualitas yang disajikan oleh rumah makan Ayam Panggang Magetan Mbah Mo adalah kualitas yang terbaik dan selalu segar saat penyajian.
- 8) Kualitas produk memiliki peran yang penting terhadap keberhasilan bisnis pada rumah makan Ayam Panggang Magetan Mbah Mo. Hal ini dikarenakan dalam penerapan Kualitas Produk, produk segar dan baru diolah, sajian hidangan yang menarik dan rapi, rasa khas yang dimiliki Ayam Panggang Magetan Mbah Mo, dan menu yang variatif.

## 5.2 Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

### **Bagi Rumah Makan Ayam Panggang Magetan Mbah Mo**

- a) Untuk Ayam Panggang Magetan Mbah Mo dalam meningkatkan kualitas pelayanan, harga, dan kualitas produk agar bisa lebih dikembangkan dari sisi kualitas pelayanan dan bisa ditingkatkan agar bisa meningkatkan kualitas pelayanan yang terjadi di Ayam Panggang Magetan Mbah Mo guna mempengaruhi kepuasan konsumen.
- b) Untuk Ayam Panggang Magetan Mbah Mo agar terus menciptakan produk yang berkualitas, inovatif, dan ber ciri khas. Agar konsumen yang membeli dapat merasa puas terhadap kualitas produk diberikan, agar bisa konsisten mencapai pasar nasional maupun internasional sehingga semakin dapat berpengaruh lagi terhadap kepuasan konsumen.
- c) Untuk Ayam Panggang Magetan Mbah Mo agar terus mempertahankan kualitas produk, penyajian, dan rasa khas Magetan agar salah satu warisan budaya Magetan yaitu bumbu ayam panggang. Sehingga akan meningkatkan kepuasan konsumen yang positif dari pengunjung yang merasa puas.

### **Bagi peneliti berikutnya**

- a) Kepada peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain yang tidak diteliti, karena sisa dari variabel lain yang mempengaruhi keberhasilan bisnis masih tersisa sebesar 31%. Seperti kepuasan pelanggan, manajemen bisnis, dan motivasi wirausaha.

- b) Pada penelitian selanjutnya diharapkan melakukan penelitian dengan menggunakan metode penelitian atau responden yang lebih banyak dari penelitian sebelumnya, sehingga data yang dihasilkan dapat representatif.

