

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Aziz Jaya Resto Desa Bumiharjo Kecamatan Winong Kabupaten Pati. Responden dalam penelitian ini berjumlah 97 responden. Berdasarkan hasil analisis statistik yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan perhitungan uji t diketahui bahwa *kualitas produk* memberikan nilai koefisien 0,645 dengan nilai t_{hitung} untuk *kualitas produk* sebesar 3,615 sedangkan t_{tabel} ($\alpha = 0,05$, $df = 93$) adalah 1,660. Sehingga $t_{hitung} 3,615 > t_{tabel} 1,660$. Disamping itu nilai sig $0,000 < 0,05$, sehingga H_1 diterima artinya *kualitas produk* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Semakin tinggi *kualitas produk* maka akan semakin tinggi kepuasan konsumen. Menurut Stanton menyebutkan bahwa jika produk yang dijual menawarkan kualitas yang baik maka konsumen akan membelinya, setelah itu jika konsumen merasa puas akan membeli ulang produk tersebut dan akan menjadi pelanggan yang loyal. Kotler dan Amstrong juga menyebutkan bahwa tingkat kualitas yang tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi.
2. Berdasarkan perhitungan uji t diketahui bahwa *kualitas pelayanan* memberikan nilai koefisien 0,599 dengan nilai t_{hitung} untuk *kualitas pelayanan* sebesar 4,081 sedangkan t_{tabel} ($\alpha = 0,05$, $df = 93$) adalah 1,660. Sehingga $t_{hitung} 4,081 > t_{tabel} 1,660$. Disamping itu nilai sig $0,000 < 0,05$, sehingga H_2 diterima artinya *kualitas pelayanan* berpengaruh

signifikan terhadap kepuasan konsumen. semakin tinggi *kualitas pelayanan* maka akan semakin tinggi kepuasan konsumen. Seperti yang dukemukakan oleh Valerie A. Zetahml, A. Parasuraman dan Leonard L. Berry bahwasannya baik tidaknya kualitas pelayanan barang atau jasa tergantung pada kemampuan produsen dalam memenuhi harapan konsumen secara konsisten. Konsumen yang merasa puas secara tidak langsung akan menciptakan loyalitas dan memperbaiki citra perusahaan dimata konsumen. kualitas pelayanan dikatakan memuaskan apabila sesuai atau melebihi harapan pelanggan.

3. Berdasarkan perhitungan uji t diketahui bahwa *harga* memberikan nilai koefisien 0,645 dengan nilai t_{hitung} untuk *harga* sebesar 2,238 sedangkan t_{tabel} ($\alpha = 0,05$, $df = 93$) adalah 1,660. Sehingga $t_{hitung} 2,238 > t_{tabel} 1,660$. Disamping itu nilai sig $0,028 < 0,05$, sehingga H3 diterima artinya *harga* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. semakin tinggi *harga* maka akan semakin tinggi kepuasan konsumen. Tjiptono mengemukakan bahwa apabila nilai yang rasakan pelanggan tinggi, maka akan menciptakan kepuasan konsumen.
4. Berdasarkan perhitungan uji F diketahui bahwa nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga H4 diterima, artinya kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga secara bersama sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Aziz Jaya Resto desa Bumiharjo kecamatan Winong kabupaten Pati.

B. Keterbatasan Penelitian

Meskipun telah diupayakan semaksimal mungkin, namun ternyata penelitian ini masih banyak keterbatasan penelitian, yaitu diantaranya adalah:

1. Penelitian ini hanya memfokuskan pada kepuasan konsumen pada Aziz Jaya Resto desa Bumiharjo kecamatan Winong kabupaten Pati.
2. Penelitian ini hanya menggunakan variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Aziz Jaya Resto desa Bumiharjo kecamatan Winong kabupaten Pati.

C. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan serta keterbatasan penelitian diatas maka saran untuk penelitian selanjutnya meliputi:

1. Diharapkan pihak Aziz Jaya Resto desa Bumiharjo kecamatan Winong kabupaten Pati dapat mempertahankan kualitas produk adalah cara untuk menciptakan rasa sennag yang akan dirasakan oleh konsumen ketika menikmati produk makanan dan minuman yang disajikan oleh Aziz Jaya Resto, sehingga konsumen merasa puas dan kembali ingin mencicipi makanan dan minuman yang disajikan oleh Aziz Jaya Resto.
2. Mengingat variabel bebas dalam penelitian ini merupakan hal yang sangat penting dalam mempengaruhi kepuasan konsumen, diharapkan hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini dengan mempertimbangkan variabel-variabel lain yang merupakan variabel di luar variabel yang sudah masuk dalam penelitian.