

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Tujuan dari penelitian ini agar mengetahui adanya pengaruh diferensiasi produk dan kualitas pelayanan Islami terhadap Kepuasan Konsumen pada Ayam Geprek Sa'i Di Kota Kudus. Setelah dilakukan beberapa uji dan analisis sebelumnya maka dapat disimpulkan, yaitu:

1. Terdapat pengaruh *positive* dan *signification* antar diferensiasi produk terhadap kepuasan konsumen. Diferensiasi produk yang dilakukan oleh Ayam Geprek Sa'i di Kota Kudus menempati posisi bagus, sementara kepuasan pelanggan di posisi terpuaskan. Maka kesimpulannya, apabila bertambah besar diferensiasi *product*, bertambah besar pula tingkat kepuasan pada *customer*.
2. Terdapat pengaruh yang *positive* dan *signification* antar kualitas pelayanan Islami terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan Islami yang dilakukan oleh Ayam Geprek Sa'i di Kota Kudus hasilnya tinggi, sementara kepuasan pengguna adalah puas. Maka kesimpulannya, ketika kualitas pelayanan Islami bertambah besar, sehingga akan bertambah besar pula tingkat kepuasan pada pemakai. Namun demikian peneliti tidak hanya menguji secara parsial saja tetapi bareng-bareng atau bersama-sama juga. Hasilnya ada pengaruh yang positif dan signifikan antara diferensiasi produk & kualitas pelayanan Islami. Variabel bebas yang memiliki pengaruh tertinggi pada variabel terikat merupakan kualitas pelayanan Islami dibuktikan dengan angka terbesar. Sedangkan variabel diferensiasi produk memberikan kontribusi pengaruh paling sedikit terhadap kepuasan konsumen, maka dari itu perlu pembenahan lagi supaya perusahaan menjadi lebih baik.

B. Saran

Dari pengujian yang telah dilakukan oleh peneliti, sebagai bahan referensi dan masukan untuk orang banyak, maka peneliti memberikan saran, yaitu:

1. Bagi Ayam Geprek Sa'i Di Kota Kudus
 - a. Variabel diferensiasi produk terdapat hasil unit pertanyaan yang terendah mengenai bahan baku makanan di Geprek

Sa'i berkualitas unggul. Pihak Geprek Sa'i dapat lebih memperbaikinya lagi dengan menyediakan bahan baku yang segar dan berkualitas tinggi sesuai janji dan dapat diharapkan konsumen merasa puas dengan perbaikan tersebut.

- b. Variabel kualitas pelayanan Islami terdapat hasil unit pertanyaan paling rendah tentang ukuran ayam geprek di Geprek Sa'i besar. Pihak Ayam Geprek Sa'i diharapkan dapat selalu konsisten dalam memberikan ukuran ayam karena menu andalan di Ayam Geprek Sa'i adalah ayam gepreknya. Sehingga dapat membuat konsumen merasa senang dan puas makan di Geprek Sa'i
 - c. Variabel kepuasan konsumen memiliki unit pertanyaan yang hasilnya sangat rendah perihal *customer service* mampu dalam menanggapi keluhan dari konsumen dengan cepat dan ramah. Pihak Ayam Geprek Sa'i diharapkan dapat selalu memberikan arahan pada bagian CS supaya lebih meningkatkan lagi responsivitasnya.
 - d. Dari hasil uji SPSS didapatkan hasil bahwa kualitas pelayanan Islami lebih besar berpengaruh terhadap kepuasan konsumen daripada diferensiasi produk. Maka dari itu sangat penting bagi perusahaan terus mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan Islami nya demi terciptanya kepuasan konsumen yang lebih banyak.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya
- a. Agar bisa menambah atau mengfungsikan variabel yang lain, mungkin akan lebih besar dalam mempengaruhi Kepuasan Konsumen di Ayam Geprek Sa'i di Kota Kudus, karena variabel yang telah digunakan hanya sebagian dari variabel yang ada.
 - b. Lebih memperluas populasi lagi supaya data lebih bagus
 - c. *Sampling* lebih ditambah lagi supaya mendapatkan sampel yang tepat dan yang diinginkan.