

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Tujuan dilakukannya penelitian ini untuk mengetahui pengaruh mutu produk, citra merk, serta anggapan harga terhadap kepuasan pelanggan di SaMma Bakery. Metode sampel yang digunakan ialah sampel jenuh. Sampel yang digunakan sebanyak 50 responden. Berlandaskan uji statistik yang sudah dicoba, sehingga akhirnya merupakan selaku berikut:

1. Hasil uji statistik mutu produk terhadap kepuasan pelanggan menampilkan jika nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($5,186 > 2,012$) dan nilai signifikansi kurang dari 0,05 ialah sebesar 0,000 sehingga hipotesis awal (H1) yang memberitahukan “diprediksi mutu produk mempengaruhi terhadap kepuasan pelanggan di SaMma Bakery” diterima. Maksudnya terus menjadi berbobot kue yang terbuat oleh SaMma Bakery bakal terus menjadi membagikan kepuasan pelanggan.
2. Hasil uji statistik citra merk terhadap kepuasan pelanggan menampilkan kalau nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($3,441 > 2,012$) dan nilai signifikansi kurang dari 0,05 ialah sebesar 0,001 sehingga hipotesis kedua (H2) yang melaporkan “diprediksi citra merk mempengaruhi terhadap kepuasan pelanggan di SaMma Bakery” diterima. Maksudnya terus menjadi baik citra merk SaMma Bakery dimata pelanggan hingga kepuasan pelanggan terus menjadi melonjak..
3. Hasil uji statistik anggapan harga terhadap kepuasan pelanggan menampilkan jika nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($3,612 > 2,012$) dan nilai signifikansi kurang dari 0,05 ialah sebesar 0,001 sehingga hipotesis ketiga (H3) yang menerangkan “diprediksi anggapan harga mempengaruhi terhadap kepuasan pelanggan di SaMma Bakery” diterima. Maksudnya apabila harga yang ditawarkan SaMma Bakery cocok dengan apa yang diperoleh hingga kepuasan pelanggan terus menjadi meninggi.
4. Hasil uji statistik mutu produk, citra merk, serta anggapan harga secara parsial ataupun simultan mempengaruhi signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Tentang ini bisa

dibuktikan dari hasil uji F ialah didapatkan F_{hitung} sebesar 76,379 > dari F_{tabel} sebesar 2,80 dengan taraf signifikansi $0.000 < 0,05$. Maka hipotesis keempat (H_4) yang melaporkan “diprediksi mutu produk, citra merk, serta anggapan harga mempengaruhi signifikan terhadap kepuasan pelanggan di SaMma Bakery” diterima. Tentang ini dibuktikan dengan besarnya pengaruh variabel mutu produk, citra merk, serta anggapan harga terhadap kepuasan pelanggan yakni sebesar 83,3%, sebaliknya sisanya ($100\% - 83,3\% = 16,7\%$) dipengaruhi oleh variabel lain tidak cuma variabel studi ini.

B. Keterbatasan Penelitian

Dalam riset ini masih terselip sekian banyak keterbatasan yang dipunyai, keterbatasan tersebut antara lain yakni:

1. Studi ini cuma mengambil sampel yang relatif kecil ialah 50 responden yang menggambarkan pelanggan SaMma Bakery.
2. Variabel yang digunakan dalam penelitian masih terbatas dan menghasilkan data terkait dengan variabel tersebut.
3. Kemampuan tenaga, waktu yang terbatas sehingga penelitian ini kurang optimal.

C. Saran

1. Untuk owner SaMma Bakery buat menaikkan inovasi-inovasi baru biar mutu produk terus menjadi baik serta citra dimata konsumen terus menjadi baik pula, dan menetapkan harga terjangkau cocok dengan mutu produk yang dihasilkan
2. Hasil studi ini diharapkan sanggup jadi rujukan buat studi berikutnya dalam bidang yang sama.