

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan yang meliputi keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsivines*), jaminan (*assurance*), empati (*empaty*) dan bukti fisik (*tangible*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Ruangopi Tastyco Desa Colo Kecamatan Dawe Kabupaten Kudus. Di dukung dengan perolehan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,125 > 1,987$) dengan signifikansi $0,002 < 0,05$.
2. Harga yang memiliki beberapa indikator yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga dan kesesuaian harga dengan manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Ruangopi Tastyco Desa Colo Kecamatan Dawe Kabupaten Kudus. Di dukung dengan perolehan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,224 > 1,987$) dengan signifikansi $0,029 < 0,05$.
3. Lokasi yang memiliki beberapa indikator yaitu akses, visibilitas, lalu lintas, tempat parkir dan lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Ruangopi Tastyco Desa Colo Kecamatan Dawe Kabupaten Kudus. Di dukung dengan perolehan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,406 > 1,987$) dengan signifikansi $0,018 < 0,05$.

B. SARAN

1. Bagi Masyarakat

Konsumen maupun masyarakat di sekitar Ruangopi Tastyco Desa Colo Kecamatan Dawe Kabupaten Kudus diharapkan dapat menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan baik secara langsung maupun melalui media massa seperti nomor WhatsApp, akun google dan akun instagram yang dimiliki oleh Ruangopi Tastyco untuk dapat meningkatkan kepuasan konsumen.
2. Bagi Kedai Ruangopi Tastyco Desa Colo
 - a. Bagi pemilik Ruangopi Tastyco harus mempertahankan, mengembangkan dan membuat inovasi baru agar tercipta strategi kualitas pelayanan yang lebih unggul untuk meningkatkan kepuasan konsumen, karena dalam penelitian ini nilai *standardized coefficient regresi* yaitu 0,313 atau 31,3% terhadap kepuasan konsumen. Hasil ini membuktikan

bahwa variabel kualitas pelayanan Ruangopi Tastyco cukup baik untuk menarik konsumen untuk melakukan pembelian ulang.

- b. Bagi pemilik Ruangopi Tastyco hendaknya mengevaluasi dan mengembangkan kembali strategi penentuan harga untuk menciptakan strategi yang lebih baik lagi sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen, karena dalam penelitian ini variabel harga diketahui memiliki tingkat pengaruh dengan nilai *standardized coefficient regresi* yaitu 0,233 atau 23,3% terhadap kepuasan konsumen.
 - c. Bagi pemilik Ruangopi Tastyco hendaknya mengevaluasi dan mengembangkan strategi lokasi untuk meningkatkan kepuasan konsumen, karena dalam penelitian ini variabel lokasi diketahui memiliki tingkat pengaruh dengan nilai *standardized coefficient regresi* sebesar 0,251 atau 25,1% terhadap kepuasan konsumen.
3. Bagi peneliti selanjutnya
- Dapat melakukan pengujian lebih lanjut dengan memasukkan variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen selain kualitas pelayanan, harga dan lokasi. Dikarenakan presentase pengaruh dari ketiga variabel ini terhadap kepuasan konsumen hanya 46%, sedangkan sisanya 54% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.