

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari analisis penelitian dan pembahasan tentang pengaruh *Marketing Mix* dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Mujigae Resto Summarecon Mall Bekasi “Studi Kasus Konsumen di Bekasi Utara”, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

5.1.1 Pengaruh *Marketing Mix* (X1) Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil dari analisis yang telah dilakukan bahwa *marketing mix* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian, menerapkan strategi *marketing mix* yang tepat kemungkinan sejalan dengan peningkatan kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Untuk et al., 2018). Penerapan *marketing mix* yang tepat akan sangat membantu meningkatkan kepercayaan konsumen untuk selalu berkunjung ke tempat tersebut.

5.1.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan (X2) Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil dari analisis yang telah dilakukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian, menerapkan strategi kualitas pelayanan yang tepat kemungkinan sejalan dengan peningkatan kepuasan pelanggan.

Hal ini selaras dengan penelitian (Ihsan et al., 2020) yang berarti bahwa semakin baik Kualitas Pelayanan yang ditawarkan maka semakin banyak konsumen yang akan loyal.

5.1.3 Pengaruh *Marketing Mix* (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil dari analisis yang telah dilakukan bahwa *marketing mix* dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian, menerapkan strategi *marketing mix* yang tepat dan meningkatkan kualitas pelayanan kemungkinan sejalan dengan peningkatan kepuasan pelanggan.

5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil dari analisis penelitian mengenai analisis implementasi *marketing mix* dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, maka peneliti menyampaikan beberapa implikasi sebagai berikut:

Berdasarkan hasil dari analisis yang telah dilakukan bahwa *marketing mix* dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Jika pengelola perusahaan menerapkan *marketing mix* yang tepat dan sesuai dengan kondisi sekarang dan dapat meningkatkan kualitas pelayanan di resto tersebut itu akan membuat pelanggan akan puas dan nyaman atas pelayanan yang diberikan tentunya itu akan membuat pelanggan kembali lagi ke resto tersebut.