

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Bahwa variabel harga berpengaruh secara parsial terhadap variabel kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa harga ayam geprek juara sudah mampu mempertahankan harga yang sesuai dengan konsumen sehingga adanya peningkatan dalam kepuasan konsumen
2. Bahwa variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen menginginkan jenis pelayanan yang memuaskan seperti pelayanan yang ramah, sopan, mempunyai kecepatan dan kemampuan dalam membantu konsumen. Semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen.
3. Bahwa secara bersama-sama atau simultan variabel harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sehingga dapat disimpulkan bahwa harga yang sudah ditetapkan oleh ayam geprek juara dan kualitas pelayanan yang baik akan ada tingkat kepuasan terhadap konsumen.

**Tabel 5.1**

**Data penjualan ayam geprek juara Penggilingan**

No.	Bulan	Omset	Rata-rata omset Harian	Omset Ojol
1	Jan-21	97.918.162	3.158.650	50.155.958
2	Feb-21	82.859.117	2.959.254	40.283.485
3	Mar-21	108.585.898	3.502.771	42.560.221
4	Apr-21	97.340.564	3.244.685	30.976.250
5	Mei-21	119.784.351	4.991.015	46.745.300

Sumber: Owner ayam geprek juara Penggilingan

Berdasarkan tabel diatas adalah data penjualan ayam geprek juara dari Januari 2021 sampai Mei 2021 ada naik dan turunnya penjualan. Penurunan penjualan karena pada saat awal pandemi pemerintah membuat peraturan lockdown untuk daerah zona merah sehingga jam tutup ayam geprek juara lebih cepat dan konsumen tidak boleh makan ditempat, hal ini sangat berdampak pada penurunan penjualan ayam geprek juara. Saat tingkat penjualan sudah normal atau sudah mulai membaik itu karena ayam geprek juara sudah mempunyai strategi untuk tetap berjualan tetapi mematuhi aturan pemerintah. Pada saat lockdown hingga PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) ayam geprek juara lebih meningkatkan strategi penjualan melalui online, ayam geprek juara membuat promo di gofood, grabfood dan shopeefood sehingga adanya naik turun data penjualan.

## **5.2 Implikasi Manajerial**

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen ayam geprek juara di cabang Penggilingan, terdapat implikasi manajerial sebagai berikut :

1. Bagi Ayam Geprek Juara
  - a) Ayam geprek juara perlu memperhatikan harga dan kualitas pelayanan. Karena usaha ini dibidang makanan selain harga harus memperhatikan kualitas pelayanan. Sebagian konsumen harga yang diperhatikan saat membeli tetapi sebagian konsumen juga memperhatikan kualitas pelayanan. Konsumen tidak akan datang ke tempat untuk membeli jika harganya sudah sesuai tetapi pelayanan yang didapatkan malah kurang baik. Dengan ini merupakan salah satu tantangan bagi ayam geprek juara agar dapat seimbang antara harga dan kualitas pelayanan
  - b) Ayam geprek juara meningkatkan kualitas pelayanan dengan memberikan arahan kepada karyawannya agar dapat melayani lebih baik dan menempatkan karyawan sesuai dengan kemampuannya. Karyawan ayam geprek juara harus dapat menumbuhkan rasa kepercayaan kepada konsumen dengan itu maka atasan yang

mempunyai wewenang untuk mengatur harus menempatkan karyawan sesuai dengan kemampuannya dan keterampilannya.

- c) Kepuasan konsumen merupakan hal terpenting, konsumen membutuhkan adanya tingkat kepuasan. Ayam geprek juara harus dapat memberikan tingkat kepuasan dengan cara memperbaiki kualitas produknya, kualitas pelayanan, fasilitas dll. Jika konsumen merasa sudah puas maka konsumen tersebut akan menjadi loyal dalam membeli ayam geprek juara.
- d) Ayam geprek juara harus mampu mempertahankan penerapan strategi harga dan kualitas pelayanan agar melekat dibenak konsumen sehingga mampu meningkatkan kepuasan konsumen. Mempertahankan strategi harus berdasarkan pesaing dengan lebih inovatif dan meningkatkan kualitas produk dan pelayanan.

## 2. Bagi Konsumen

- a) Bagi para konsumen dan calon konsumen dalam mengambil keputusan pembelian disarankan untuk memperhatikan harga dan kualitas pelayanan agar keputusan yang diambil dapat memberikan adanya kepuasan konsumen dan hasil yang baik

## 3. Bagi Akademis

- a) Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kata kesempurnaan, untuk itu penulis memberikan saran kepada penelitian selanjutnya agar melakukan penelitian terhadap harga, kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen untuk menambah variabel lainnya yang tidak diteliti pada penelitian ini
- b) Penelitian ini dilakukan sebagai media untuk menerapkan teori-teori selama perkuliahan sehingga dapat memahami ilmu yang telah dipelajari tersebut sehingga lebih baik, menambah referensi dan wawasan