

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan melalui *word of mouth* pada UMKM bakso perintis. Menurut hasil penelitian yang didapat selama pelaksanaan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan tidak dapat berpengaruh langsung terhadap *word of mouth* pada UMKM bakso perintis. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin cepat/lamanya pelayanan yang diberikan oleh pedagang bakso perintis akan mempengaruhi pelanggan bakso perintis. Karena pelayanan merupakan suatu alasan bagi pelanggan bakso perintis untuk menginformasikan dari mulut ke mulut pada warung bakso perintis.
2. Kualitas produk tidak dapat berpengaruh langsung terhadap *word of mouth* pada UMKM bakso perintis. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin bagus atau tidaknya produk yang diberikan oleh pedagang bakso perintis akan memperngaruhi pelanggan bakso perintis untuk menginformasikan dari mulu ke mulut pada warung bakso perintis.
3. Kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan pada UMKM bakso perintis. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin pelayanan yang semakin cepat maka akan semakin membuat pelanggan merasa puas. Sehingga pelanggan yang memiliki pengalaman yang positif dengan pelayanan yang diberikan oleh pedagang bakso perintis merasa puas karena pelanggan tidak akan kehilangan waktu untuk menunggu kedatangan makanan dan minuman yang mereka pesan sebelumnya.
4. Kualitas produk dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan pada UMKM bakso perintis. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin baik dan bagus produk yang digunakan bakso perintis maka akan dapat meningkatkan kepuasan pada pelanggan bakso perintis. Hal ini menunjukkan pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan sangatlah penting untuk pedagang bakso perintis. Dengan penggunaan produk yang baik serta

mempertahankan rasa yang sama pedagang bakso perintis dapat mampu meningkatkan kepuasan pelanggannya.

5. *Word of mouth* tidak dapat berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan pada UMKM bakso perintis. Hal tersebut menunjukkan bahwa informasi dari mulut ke mulut yang baik ataupun tidak baik akan mempengaruhi pelanggan bakso perintis. Informasi dari mulut ke mulut merupakan suatu alasan bagi pelanggan untuk merasa puas karena pelanggan memiliki tingkat kepuasan masing-masing terhadap bakso perintis.
6. Kualitas pelayanan tidak dapat berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan melalui *word of mouth* pada UMKM bakso perintis. Hal tersebut menunjukkan bahwa tidak adanya pengaruh positif pada Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan melalui *Word Of Mouth* bisa diartikan yaitu cepat/lamanya pelayanan yang diberikan oleh pedagang bakso perintis memengaruhi Kepuasan Pelanggan melalui *Word Of Mouth*. *Word Of Mouth* sebagai variabel mediasi, tidak memediasi Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan karena tidak berpengaruh positif dan signifikan.
7. Kualitas produk tidak dapat berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan melalui *word of mouth* pada UMKM bakso perintis. Hal tersebut menunjukkan bahwa tidak adanya pengaruh positif pada Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan melalui *Word Of Mouth* bisa diartikan yaitu bagus atau tidaknya produk yang diberikan oleh pedagang bakso perintis akan mempengaruhi Kepuasan Pelanggan melalui *Word Of Mouth*. *Word Of Mouth* sebagai variabel mediasi, tidak memediasi Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan karena tidak berpengaruh positif dan signifikan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka saran-saran yang diusulkan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Bagi Warung Bakso Perintis

Untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan seperti mempekerjakan karyawan untuk memberikan pelayanan yang lebih cepat dan juga menjaga kualitas produk yang lebih baik sehingga pelanggan merasakan kepuasan dan menimbulkan *word of Mouth* yang baik dari pelanggan yang membeli bakso perintis.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya, dan diharapkan juga bagi peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini lebih luas lagi dengan menambahkan variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen pada UMKM lainnya sehingga hasil penelitian dapat bermanfaat, akurat dan terbukti kebenarannya.

3. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menambah ilmu pengetahuan dan sebagai pelengkap literatur dalam pengembangan akademik atau kajian ilmiah serta pengembangan karir.