

BAB V

PENUTUP

5.1 kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dianalisis oleh peneliti mengenai Harga sebagai Variabel X1, Fasilitas sebagai Variabel X2, kualitas pelayanan X3 dan kepuasan pelanggan Y, sehingga peneliti menarik kesimpulan sebagaimana berikut ini:

1. Harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
2. Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
3. kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
4. harga, fasilitas dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

5.2 Keterbatasan

Berdasarkan pada pengalaman langsung peneliti dalam proses penelitian ini, ada beberapa keterbatasan yang dialami, diharapkan bagi peneliti-peneliti berikutnya untuk lebih menyempurnakan penelitiannya karena penelitian ini sendiri tentu memiliki kekurangan yang perlu terus diperbaiki dalam penelitian-penelitian kedepannya. Beberapa keterbatasan dalam penelitian tersebut, antara lain :

1. Objek penelitian ini hanya di fokuskan kepada mahasiswa prodi manajemen angkatan 2020 universitas bhayangkara jakarta raya.
2. Dalam penelitian ini data yang dihasilkan hanya dari instrumen kuesioner berdasarkan persepsi jawaban reponden secara online saja melalui *google form* tanpa dilengkapi dengan instrument kuesioner *offline* dan wawancara untuk memperkuat data penelitian.

5.3 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dijalankan ada beberapa saran yang dapat diajukan, sebagai berikut:

1. Untuk menjaga kepuasan pelanggan tetap tinggi tanpa harus mempengaruhi harga, fokuskan pada peningkatan fasilitas dan pelayanan. komunikasikan dengan jelas manfaat yang diberikan oleh produk sehingga pelanggan merasa nilainya sepadan dengan harga yang dibayar
2. Peningkatana Customer Satisfaction pada kopi kenangan di bekasi dapat dilakukan dengan lebih teratur merapikan atau membersihkan meja yang telah ditinggalkan oleh konsumen lain agar konsumen yang baru datang dapat duduk dan menikmati produk dengan lebih nyaman dan santai, karena faktor itulah yang membuat konsumen merasa puas atau tidak berada disana,