

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

1. Kualitas pelayanan berpengaruh dengan positif dan signifikan pada kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwasanya pelayanan yang baik, misalnya keramahan staf, kecepatan pelayanan, dan kebersihan tempat, sangat penting dalam meningkatkan kepuasan konsumen.
2. Kualitas produk mengandung pengaruh positif serta sangat signifikan pada kepuasan konsumen. Kualitas produk yang mencakup rasa, penyajian, serta segarnya bahan baku dijadikan sebagai faktor utama guna meningkatkan kepuasan konsumen.
3. Harga juga berpengaruh positif serta
4. signifikan pada kepuasan konsumen. Harga yang kompetitif serta sesuai pada kualitas produknya yang ditawarkan mampu membantu peningkatan akan kepuasan konsumen. Melalui koefisien regresi sebanyak 0.139 dan nilai signifikansinya 0.030, harga yang terjangkau dijadikan menjadi salah satu faktor penting yang menjadi pemengaruh atas kepuasan konsumen.

5. Secara bersamaan, kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga mengandung pengaruhnya yang sangat signifikan pada kepuasan konsumen. Persamaan regresi berganda menunjukkan bahwa ketiga variabel ini secara simultan meningkatkan kepuasan konsumendengan nilai konstanta 12.762 dan nilai signifikansi uji F sebanyak 0.000. Ini menegaskan bahwa kombinasi dari pelayanan yang baik, produk berkualitas, serta harga yang kompetitif adalah kunci utama dalam mencapai kepuasan konsumen yang tinggi di Bakmi Jawa Hj Jum.

## 5.2 Saran

1. Berdasar kepada hasil penelitian ini, bakmi jawa hj jum harus fokus pada peningkatan ketiga variabel ini guna membantu peningkatan akan kepuasan konsumen melalui langkah peningkatan kualitas pelayanan dengan terus melatih staf untuk menjaga keramahan dan kecepatan dalam melayani, pemeliharaan kualitas produk dengan menjaga kualitas bahan baku dan konsistensi rasa, dan strategi harga yang kompetitif dengan menetapkan harga yang sebanding bersama kualitas produk serta layanan.
2. Untuk peneliti berikutnya diharapkan meneliti variabel lain selain *Brand Image*, Lokasi, Cita Rasa maupun sebagainya.