

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan data yang diperoleh dari penelitian ini dan analisis yang telah dilakukan, maka kesimpulan yang dapat dikemukakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Berdasarkan data yang diperoleh menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen sebesar 67,9%
- 2) Berdasarkan hasil data yang diperoleh menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, sebesar 3,7%.

5.2 Saran

Hasil dalam penelitian ini telah menunjukkan pengaruh variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan Konsumen di RM Geprek Uyat. Berdasarkan penelitian ini peneliti memiliki beberapa saran untuk meningkatkan kepuasan konsumen di RM Geprek Uyat, diantaranya:

- 1) Bagi RM Geprek Uyat

Bagi RM Geprek Uyat dilakukan berbagai upaya untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanan RM Geprek Uyat mengingat kontribusi terkecil yang mempengaruhi variabel kepuasan konsumen adalah variabel kualitas pelayanan maka hendaknya RM Geprek Uyat lebih meningkatkan pelayanan yang diberikan kepada para konsumen seperti lebih cepat melayani pelanggan RM Geprek Uyat.

2) Bagi Peneliti Lain

Bagi peneliti yang akan datang diharapkan dapat meneliti lebih lanjut faktor-faktor lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Selain itu hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan pemikiran, peningkatan wawasan, dan referensi bagi penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Afnina, A., & Hastuti, Y. (2018). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 21–30.
<https://doi.org/10.33059/jseb.v9i1.458>
- Al-Tit, A. A. (2015). The effect of service and food quality on customer satisfaction and hence customer retention. *Asian Social Science*, 11(23), 129–139.
<https://doi.org/10.5539/ass.v11n23p129>
- Anggraeni, D., Kumadji, S., & Sunarti, S. (2016). PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN (Survei pada Pelanggan Nasi Rawon di Rumah Makan Sakinah Kota Pasuruan). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 37(1), 171–177.
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hidayat, R., Industri, J. T., & Madura, U. T. (2009). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 11(1), 59–72.
<https://doi.org/10.9744/jmk.11.1.pp.59-72>
- Ibrahim, B. (2000). *QM Total Quality Management) : panduan untuk menghadapi persaingan global*. Jakarta: Jakarta: Djambatan.
- Indriartoro, N., & Supomo, B. (2016). Metodologi Penelitian Untuk Akuntansi Dan Manajemen (Edisi 1). In *BPFE*.
- Irawan, D., & Japariato, E. (2013). Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap

- Loyalitas Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Pelanggan Restoran Por Kee Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(2), 1–8.
- Irawan, H. (2002). *10 (sepuluh) prinsip kepuasan pelanggan : paradigma baru merebut hati pelanggan untuk memenangkan persaingan*. Jakarta: Flex Media.
- Kotler, P., & Keller, K. (2005). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Kotler, P., Gary, A., & Sindoro, A. (2003). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Pearson Press.
- Kotler, P., Sarwiji, B., & Molan, B. (2005). *Manajemen Pemasaran, Jilid I*. Jakarta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14th ed.). Pearson Education, Inc.
- Kuncoro, A. (2001). *Cara Menggunakan dan Memaknai Analisis Asumsi Klasik* (1st ed.). Alfabeta.
- Lovelock, C., Widyantoro, A., Marianto, S., & K, W. L. (2007). *Principles of service marketing and management*. Jakarta: Indeks.
- Lupiyoadi, R., & Hamdani, D. A. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, R. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa: Edisi 3*. Penerbit Salemba Empat.
- Namkung, Y., & Jang, S. C. (2007). Does Food Quality Really Matter in Restaurants? Its Impact On Customer Satisfaction and Behavioral Intentions. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 31(3), 387–409.
<https://doi.org/10.1177/1096348007299924>

- Putri, A. Y. (2015). *Faktor-faktor Yang Berhubungan Dengan Pola Konsumsi Makan Pada Siswa Madrasah Ibtidaiyah Unwanul Huda Di Jakarta Selatan* (Vol. 3, Issue 7).
- Rashid, I. M. A., Abdullah, M. F. S., Yusuf, B. N. M., & Shaari, M. S. (2014). Impact of Service and Food Quality on Customer Satisfaction Among Generation Y for the Fast Food Restaurant in Malaysia. *Journal of Social Science Research*, 5(2), 784–793. <https://doi.org/10.24297/jssr.v5i2.3380>
- Rilcudurano, D. (2018). *Faktor Yang Mendorong Orang Berkunjung Ke Wood Cafe Ngabang*.
- Saidani, B., & Arifin, S. (2012). Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dan minat beli pada ranch market. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*.
- Sugiyono. (2010). metode penelitian kuantitatif kualitatif dan r&d. In *Alfabeta Bandung* (p. 143).
- Suhada, R., & Asthiningsih, N, W, W. (2019). Hubungan Teman Sebaya dengan Kebiasaan Konsumsi Makanan Cepat Saji (Fast Food) pada Siswa-Siswi Kelas XI di SMA Negeri Samarinda. *Borneo Student Research*, 1(3), 38–45.
- Supranto, J. (2011). *Pengukuran tingkat kepuasan pelanggan : untuk menaikkan pangsa pasar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sutrisno, Brahmasari, I. A., & Panjaitan, H. (2016). The Influence of Service Quality, and Customer Relationship Management (CRM) Of Patient Satisfaction, Brand Image, Trust, and Patient Loyalty on Indonesian National Army Level II Hospitals. *International Journal of Business and Management Invention ISSN*

(*Online*, 5(5), 2319–8028.

Suyanto, M. A., Usu, I., & Moodoeto, M. J. (2019). The Role of Service Quality on Building Student Satisfaction. *American Journal of Economics*, 9(1), 17–20.
<https://doi.org/10.5923/j.economics.20190901.03>

Tjiptono, F. (2010). Strategi Pemasaran, Edisi 2. In *Andi Offset* (2nd ed., Vol. 20, Issue 5). Andi Offset.
https://books.google.co.id/books?id=D9_YDwAAQBAJ&pg=PA369&lpg=PA369&dq=Prawirohardjo,+Sarwono.+2010.+Buku+Acuan+Nasional+Pelayanan+Kesehatan++Maternal+dan+Neonatal.+Jakarta+:+PT+Bina+Pustaka+Sarwono+Prawirohardjo.&source=bl&ots=riWNmMFyEq&sig=ACfU3U0HyN3I

Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. ANDI.

Triannah, L., Pranitasari, D., & Marichs, S. Z. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Studi kasus Pada Pelanggan D'Besto Mangun Jaya 2 Tambun Selatan)*. 26(01), 105–122.

Umar, H. (2005). *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Jakarta: Jakarta Business Research Center dan PT. Gramedia Pustaka Utama.

Utami, S. (2014). *Pengaruh Kualitas Produk dan layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Restoran Koki Tappanyaki Express. September*.

Wolok, T. (2019). *Green Marketing : Pemasaran dan Pembelian* (p. 9).

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2010). Services Marketing Strategy. *Wiley International Encyclopedia of Marketing*, December.
<https://doi.org/10.1002/9781444316568.wiem01055>

Zulian, Y. (2004). *Manajemen Produk Dan Jasa*. Ekonosia.