

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **1.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan bahwa dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Variabel harga berpengaruh positif terhadap kepuasan kosumen Rumah Makan Ayam Bakar Kang Wawan.
- 2) Variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan kosumen Rumah Makan Ayam Bakar Kang Wawan.
- 3) Hasil uji F Anova menunjukkan kecocokan model yang dibangun yakni secara simultan terdapat pengaruh variabel harga, kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai Koefisien Determinasi (KD) yang terdapat dalam kolom Adjustred R Square sebesar 0,095 atau sama dengan 9,5%. Hal ini berarti harga, kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen sebesar 9,5%, dan sisanya 90,5% (100% - 9,5%) dipengaruhi oleh variabel atau faktor-faktor lain yang tidak diteliti penelitian ini.

#### **1.2 Saran - Saran**

Berikut ini adalah beberapa saran yang dapat penulis sampaikan kepada pemilik Rumah Makan Ayam Bakar Kang Wawan dan peneliti selanjutnya yang dapat dijadikan acuan untuk perbaikan dalam upaya untuk meningkatkan kepuasan konsumen yaitu sebagai berikut.

1. Saran Untuk Pemilik Rumah Makan
  - a. Agar bisa menjadikan hasil penelitian sebagai referensi dengan meningkatkan pemilihan harga dan kualitas pelayanan sehingga kepuasan konsumen dapat meningkat.
  - b. Agar kepuasan konsumen meningkat, sebaiknya instansi mengusahakan harga yang lebih baik sesuai dengan kualitas playanan yang baik untuk membuat inovasi dalam menciptakan produk baru.
2. Untuk Penelitian Selanjutnya

Hasil penelitian menunjukkan nilai Koefisien Determinasi (KD) yang terdapat dalam kolom Adjustred R Square sebesar 0,095 atau sama dengan 9,5%. Hal ini

berarti harga, kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen sebesar 9,5%, dan sisanya 90,5% (100% - 9,5%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti peneliti ini. Disarankan kepada peneliti berikutnya memasukkan variabel lain selain harga dan kualitas pelayanan yang terbukti berpengaruh terhadap kepuasan konsumen seperti : Promosi, Produk, Distribusi dan masih banyak lainnya.