

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dengan memperhatikan hasil analisis yang berkaitan dengan rumusan masalah dalam penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan hasil penelitian sebagai berikut:

1. Variabel X (Kualitas Produk) Indomaret RA. Kartini Tanjunganom Kabupaten Nganjuk dalam kategori cukup. Hal ini dibuktikan nilai mean sebesar 70,49 berada diantara skor 67,843 dan 73,137.
2. Variabel Y (Kepuasan Pelanggan) Indomaret RA. KArtini Tanjunganom Kabupaten Nganjuk dalam kategori cukup. Hal ini dibuktikan nilai mean sebesar 52,42 berada pada skor 50,357 dan 54,483.
3. Korelasi antara variabel kualitas produk dengan variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan Sari Roti pada Indomaret RA. Kartini Tanjunganom Kabupaten Nganjuk adalah sangat kuat. Hal ini dibuktikan nilai *pearson correlation* sebesar 0,821 dengan nilai signifikan $0,00 < 0,05$. Koefisien determinasi atau *R square* sebesar 0,673 artinya besarnya pengaruh variabel kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan sebesar 67,3%. Sedangkan sisanya yaitu 32,7% dipengaruhi variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti faktor kualitas pelayanan, harga, emosi, dan biaya.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti ingin menyampaikan beberapa saran yang kiranya dapat dijadikan masukan, yakni sebagai berikut:

1. Bagi Indomaret RA. Kartini Tanjunganom Kabupaten Nganjuk

Penilaian pelanggan terhadap kualitas produk Sari Roti pada Indomaret RA. Kartini Tanjunganom secara umum dapat dikatakan cukup. Indomaret RA. Kartini Tanjunganom diharapkan dapat terus menjaga kualitas produk Sari Roti yang berada di toko agar pelanggan tetap melakukan pembelian ulang bahkan pelanggan akan merekomendasikan Indomaret RA. Kartini Tanjunganom kepada saudara atau teman.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti yang lain disarankan melakukan penelitian mengenai kepuasan konsumen yang dipengaruhi oleh faktor lain. Sebagaimana masih terdapat variabel-variabel lain untuk diteliti selain kualitas produk, diantaranya faktor kualitas pelayanan, harga, emosi, dan biaya.

DAFTAR PUSTAKA