

## **BAB VI**

### **PENUTUPAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pengolahan data dan hasil analisis data yang telah dilakukan oleh peneliti sesuai dengan rumusan masalah, tujuan penelitian dan hipotesis pada penelitian ini, sehingga dapat ditarik kesimpulan berikut:

##### **1. Kualitas Produk Soto Pak No Zona KHAS Bok Ijo Tamanan**

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, kualitas produk berada pada kategori cukup dengan nilai rata-rata 74,27. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen menilai produk Soto Pak No memiliki cita rasa yang khas, bahan baku yang segar, aroma yang menggugah selera, serta konsistensi rasa yang terjaga. Dengan demikian, produk yang disajikan telah memenuhi harapan konsumen dan mampu menciptakan persepsi positif terhadap kualitas soto yang ditawarkan.

##### **2. Kualitas Pelayanan Soto Pak No Zona KHAS Bok Ijo Tamanan**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan juga berada pada kategori cukup dengan nilai rata-rata 45,33. Karyawan dinilai sopan, ramah, dan tanggap dalam melayani pelanggan. Kebersihan tempat makan, ketepatan waktu penyajian, dan kenyamanan fasilitas juga mendapat respon positif dari konsumen, meskipun masih diperlukan peningkatan pada konsistensi pelayanan agar kepuasan pelanggan lebih optimal.

### 3. Kepuasan Konsumen Soto Pak No Zona KHAS Bok Ijo Tamanan

Nilai rata-rata variabel kepuasan konsumen sebesar 24,23 termasuk dalam kategori cukup puas. Hal ini berarti sebagian besar konsumen merasa puas dengan pengalaman membeli dan menikmati soto di Soto Pak No. Kepuasan terutama muncul dari kesesuaian harapan terhadap rasa dan pelayanan, serta keinginan konsumen untuk kembali membeli atau merekomendasikan kepada orang lain.

### 4. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil uji  $t$ , kualitas produk ( $X_1$ ) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ), dengan nilai  $t_{hitung}$  3,230 >  $t_{tabel}$  1,984 dan signifikansi  $0,002 < 0,05$ . Artinya, semakin baik kualitas produk yang disajikan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen. Kualitas rasa, ketahanan bahan, dan penyajian yang konsisten menjadi faktor utama pendorong kepuasan pelanggan.

### 5. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil uji  $t$  menunjukkan bahwa kualitas pelayanan ( $X_2$ ) juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan  $t_{hitung}$  3,211 >  $t_{tabel}$  1,984 dan signifikansi  $0,002 < 0,05$ . Ini berarti pelayanan yang cepat, ramah, dan profesional berkontribusi nyata dalam meningkatkan kepuasan pelanggan Soto Pak No Zona KHAS Bok Ijo Tamanan.

### 6. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Secara Simultan

Berdasarkan hasil uji  $F$ , diperoleh  $F_{hitung}$  65,169 >  $F_{tabel}$  3,09

dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,565, yang berarti 56,5% variasi kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kedua variabel tersebut, sedangkan 43,5% lainnya dipengaruhi faktor lain.

## **B. Saran**

Berdasarkan penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan oleh peneliti, maka peneliti menyampaikan beberapa saran yang dapat dijadikan masukan bagi pihak terkait, yaitu sebagai berikut:

### **1. Bagi Pengelola Soto Pak No Zona KHAS Bok Ijo Tamanan**

Peneliti menyarankan, agar senantiasa menjaga dan meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan, dari segi rasa, kebersihan, bahan baku, maupun konsistensi penyajian. Kualitas produk yang baik akan memberikan nilai tambah dan memperkuat kepercayaan konsumen. Selain itu, pengelola juga perlu meningkatkan kualitas pelayanan, seperti ketepatan waktu penyajian, keramahan, kemampuan karyawan dalam melayani pelanggan. Pelatihan rutin bagi karyawan juga penting dilakukan agar standar pelayanan dapat terus ditingkatkan secara berkesinambungan.

### **2. Bagi Konsumen Soto Pak No Zona KHAS Bok Ijo Tamanan**

Peneliti berharap, agar dapat memberikan umpan balik yang konstruktif terhadap produk dan pelayanan yang diterima. Masukan dari konsumen akan menjadi dasar perbaikan yang berkelanjutan sehingga kualitas produk dan pelayanan dapat terus disesuaikan dengan kebutuhan dan harapan pelanggan.

### 3. Bagi Pemerintah Daerah dan Pengelola Zona KHAS

Peneliti berharap, dapat memberikan pendampingan dan evaluasi secara berkala bagi pelaku usaha kuliner, khususnya dalam menjaga standar halal, kebersihan, serta pelayanan berbasis prinsip syariah. Pemerintah daerah diharapkan mendorong promosi dan pengembangan kawasan kuliner agar lebih dikenal luas, sehingga mampu meningkatkan daya saing UMKM dan memperkuat perekonomian masyarakat sekitar.

### 4. Bagi Peneliti Selanjutnya

penelitian ini meneliti dua variabel bebas, yaitu kualitas produk dan kualitas pelayanan, dengan kontribusi pengaruh sebesar 56,5% terhadap kepuasan konsumen. Karena itu, disarankan penelitian berikutnya menambahkan variabel lain seperti harga, promosi, faktor emosional, loyalitas pelanggan, atau citra merek untuk memperoleh hasil yang lebih komprehensif. Selain itu, peneliti selanjutnya dapat menggunakan metode penelitian campuran (mixed method), sehingga hasil analisis kuantitatif dapat diperkuat dengan temuan kualitatif melalui wawancara, observasi langsung terhadap konsumen.

### 5. Bagi Akademik Bidang Manajemen Bisnis Syariah

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan referensi dan kajian dalam mengembangkan ilmu pengetahuan, khususnya mengenai penerapan prinsip *halalan thayyiban* dalam meningkatkan kepuasan konsumen di sektor usaha kuliner. Penelitian diharapkan dapat memberikan inspirasi pelaku bisnis syariah dalam menciptakan produk dan pelayanan yang sesuai dengan nilai Islam.