

## BAB VI

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang berkaitan dengan rumusan masalah dalam penelitian ini, peneliti dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis data variabel kualitas produk (X1) menunjukkan bahwa dari 349 responden, sebanyak 331 responden atau 94,9% menilai bahwa kualitas produk sate daging sapi Pak Djamil Kota Mojokerto berada dalam kategori sangat baik. Selain itu, indikator yang memperoleh nilai tertinggi adalah kinerja produk (*performance quality*) dengan nilai mean atau rata-rata sebesar 4,6.
2. Berdasarkan hasil analisis data variabel kualitas pelayanan (X2) menunjukkan bahwa dari 349 responden, sebanyak 174 responden atau 49,9% menilai bahwa kualitas pelayanan sate daging sapi Pak Djamil Kota Mojokerto berada dalam kategori baik. Selain itu, indikator yang memperoleh nilai tertinggi adalah Empati (*Empathy*) dengan nilai mean atau rata-rata sebesar 4,5.
3. Berdasarkan hasil analisis data variabel kepuasan konsumen (Y) menunjukkan bahwa 349 responden, sebanyak 299 responden atau setara 85,6% menilai bahwa kepuasan konsumen sate daging sapi Pak Djamil Kota Mojokerto berada dalam kategori sangat puas. Selain itu, indikator yang memperoleh nilai tertinggi adalah Kesesuaian Harapan dengan nilai mean atau rata-rata sebesar 4,5.

4. Hasil analisis menunjukkan kualitas produk (X1) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y). Hal ini dibuktikan dengan nilai korelasi Pearson sebesar 0,542 dengan signifikansi  $<0,001$  yang menunjukkan hubungan sedang. Selain itu, uji t menghasilkan nilai signifikansi  $<0,05$  dengan  $t_{hitung} (7,223) > t_{tabel} (1,967)$ , sehingga  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Dengan demikian, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen sate daging sapi Pak Djamil Kota Mojokerto.
5. Hasil analisis menunjukkan kualitas pelayanan (X2) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y). Hal ini ditunjukkan oleh nilai korelasi Pearson sebesar 0,479 dengan signifikansi  $<0,001$  yang menunjukkan hubungan sedang. Uji t menghasilkan nilai signifikansi  $<0,05$  dengan  $t_{hitung} (4,371) > t_{tabel} (1,967)$ , sehingga  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Dengan demikian, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen sate daging sapi Pak Djamil Kota Mojokerto.
6. Secara simultan, kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Hal ini dibuktikan melalui uji F dengan nilai  $F_{hitung} (85,311) > F_{tabel} (3,02)$  dan signifikansi  $<0,001$ . Selain itu nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,326 menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut memberikan kontribusi sebesar 32,6% terhadap kepuasan konsumen, sedangkan sisanya 67,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

## B. Saran

### 1. Bagi Warung Sate Pak Djamil Kota Mojokerto

Aspek kesesuaian (*conformance quality*) pada kualitas produk perlu menjadi perhatian utama karena memperoleh nilai rata-rata terendah dibandingkan indikator kualitas produk lainnya. Pengelola disarankan untuk meningkatkan konsistensi kualitas produk melalui standarisasi proses pengolahan, penyajian, ukuran porsi, serta pemilihan bahan baku agar produk yang diterima konsumen selalu sesuai dengan harapan pada setiap pembelian.

Pada variabel kualitas pelayanan, indikator bukti fisik (*tangibles*) memperoleh nilai terendah dibandingkan indikator lainnya. Oleh karena itu, pengelola disarankan untuk meningkatkan kenyamanan dan kebersihan area usaha, memperbaiki fasilitas pendukung yang tersedia, serta menjaga kerapian lingkungan dan penampilan karyawan agar konsumen memperoleh pengalaman yang lebih baik selama berkunjung.

Pada variabel kepuasan konsumen, indikator minat berkunjung kembali memperoleh nilai rata-rata paling rendah. Untuk meningkatkan keinginan konsumen melakukan pembelian ulang, pengelola perlu mempertahankan kualitas produk dan pelayanan yang telah dinilai baik serta melakukan inovasi produk, menjaga konsistensi cita rasa, dan menciptakan pengalaman yang lebih berkesan dibandingkan usaha sejenis sehingga konsumen terdorong untuk kembali berkunjung.

## 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi penelitian selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan kajian ini dengan menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi kepuasan konsumen, mengingat kontribusi kualitas produk dan kualitas pelayanan hanya sebesar 32,6%. Hal ini menunjukkan masih terdapat faktor lain seperti harga, biaya dan kemudahan, maupun aspek emosional yang dapat berpengaruh. Selain itu, penelitian berikutnya diharapkan dapat menggunakan metode yang berbeda, sehingga dapat menghasilkan temuan penelitian yang baru.

### C. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan dalam menginterpretasikan hasil penelitian. Adapun keterbatasan penelitian ini yakni:

1. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* sehingga hasil penelitian belum dapat digeneralisasikan kepada seluruh konsumen Sate Daging Sapi Pak Djamil Kota Mojokerto.
2. Sebagian besar responden merupakan pelanggan yang pernah melakukan pembelian sebelumnya sehingga persepsi yang diberikan berpotensi dipengaruhi oleh pengalaman terdahulu.
3. Data penelitian diperoleh melalui kuesioner *self-report* sehingga jawaban responden sangat bergantung pada persepsi dan penilaian masing-masing individu.

4. Penelitian menggunakan desain *cross-sectional*, yaitu pengumpulan data dilakukan pada satu waktu tertentu sehingga tidak dapat menjelaskan hubungan sebab-akibat secara pasti.
5. Model penelitian hanya mampu menjelaskan 32,6% variasi kepuasan konsumen, sehingga masih terdapat 67,4% variasi yang kemungkinan dipengaruhi oleh faktor lain diluar model penelitian.